

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АГРОЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕГІОНУ**

**Збірник тез одинадцятої міжфакультетської
науково-практичної конференції молодих вчених**

20 травня 2015 року

**Житомир
2015**

Редакційна колегія:

- | | |
|---------------------------|--|
| Скидан О. В. | – В. о. ректора Житомирського національного агроекологічного університету, д. е. н.; |
| Цаль-Цалко Ю. С. | – перший проректор, проректор з навчальної роботи, завідувач кафедри бухгалтерського обліку, д. е. н., професор; |
| Зіновчук В. В. | – директор Науково-інноваційного інституту економіки та агробізнесу, завідувач кафедри маркетингу, д. е. н., професор; |
| Опалов О. А. | – декан факультету економіки та менеджменту, к. е. н., доцент; |
| Степура М. О. | – декан факультету обліку та фінансів, к. е. н., доцент; |
| Булуй О. Г. | – заступник з наукової роботи декана факультету економіки та менеджменту, к. е. н., доцент; |
| Недільська Л. В. | – заступник з наукової роботи декана факультету обліку та фінансів, к. е. н., доцент; |
| Зінчук Т. О. | – завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, д. е. н., професор; |
| Зіновчук Н. В. | – завідувач кафедри економіки природокористування та менеджменту лісового господарства, д. е. н., професор; |
| Ткачук В. І. | – завідувач кафедри економіки підприємства, д. е. н., професор; |
| Микитюк В. М. | – завідувач кафедри аналізу і статистики ім. І. В. Поповича, д. е. н., професор; |
| Якобчук В. П. | – завідувач кафедри економічної теорії, к. е. н., професор; |
| Дема Д. І. | – завідувач кафедри фінансів і аудиту, к. е. н., професор; |
| Кравчук І. І. | – завідувач кафедри менеджменту організацій, к. е. н., доцент; |
| Бродський Ю. Б. | – завідувач кафедри комп'ютерних технологій і моделювання систем, к. т. н., доцент; |
| Масловська Л. Ц. | – професор кафедри менеджменту організацій, д. е. н., професор; |
| Ходаківський Є. І. | – професор кафедри економічної теорії, д. е. н., професор; |
| Суліменко Л. А. | – професор кафедри бухгалтерського обліку, к. е. н., професор. |

Формування стратегії розвитку аграрного сектора регіону: збірник тез одинадцятої міжфакультетської науково-практичної конференції молодих вчених, 20 травня 2015 р. – Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2015. – 284 с.

Збірник підготовлено з оригіналів доповідей авторів без літературного редагування.

Роздруковано з оригінала-макета замовника

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ.....	12
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТОВ «ВО АГРО ПРОМ СЕРВІС»	12
<i>О. Андрієнко, магістрант</i>	<i>12</i>
ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	17
<i>А. В. Андросович, магістрант.....</i>	<i>17</i>
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ РЕГІОНУ	19
<i>О. О. Беляк, магістрант</i>	<i>19</i>
МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	22
<i>Л. О. Бех, студентка.....</i>	<i>22</i>
ВПЛИВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА СИСТЕМУ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНТРОЛЮ	24
<i>Н. М. Савченко, к. е. н., доцент.....</i>	<i>24</i>
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ЖИТОМИРЩИНИ.....	26
<i>О. Профатілова, магістрантка</i>	<i>26</i>
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	30
<i>М. М. Будківська, магістрант*</i>	<i>30</i>
ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	33
<i>К. Сіхневич, магістрант*</i>	<i>33</i>
СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА.....	34
<i>А. В. Козьма, магістрантка</i>	<i>34</i>
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	38
<i>Я. Ю. Майстеренко, магістрант*</i>	<i>38</i>
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ	42
<i>О. І. Бурківська, магістрант*</i>	<i>42</i>
УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	45
<i>С. О. Лопачук, магістрант.....</i>	<i>45</i>
СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	50
<i>В. В. Бутенко, магістрант.....</i>	<i>50</i>

НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....	54
<i>О. Воєвуцький, магістрант</i>	54
ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	56
<i>О. В. Ворона, магістрант.....</i>	56
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ	58
<i>Ю. М. Гич, магістрант.....</i>	58
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗРОСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	60
<i>М.В. Гонжак магістрант.....</i>	60
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	64
<i>В. Є. Данкевич, к.е.н. Житомирський національний агроекологічний університет О. А. Туровська, слухачка I курсу докторантури Папського університету Іоана Павла II в Кракові</i>	64
ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	67
<i>К. В. Дорожкіна, студентка *</i>	67
СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД» В УМОВАХ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ ЗБУТУ	69
<i>О. О. Забродський, студент.....</i>	69
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКСПОРТУ ЯК СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА ДІЯЛЬНОСТІ ДП “ЖИТОМИРСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО”.....	72
<i>Н. В. Кравчук, магістрант</i>	72
ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	74
<i>І. В. Калініченко, студентка</i>	74
ПЕРСПЕКТИВИ СПІЛЬНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ (САП) ЄС	76
<i>О. В. Щинов, студент.....</i>	77
ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА. СВІТОВІ ФІНАНСОВІ КРИЗИ.....	79
<i>О. Р. Вознюк, студентка</i>	79
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ	82
<i>О. О. Іванченко, магістрант</i>	82
ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЇ	84
<i>Н. М. Кисельчук, магістрант.....</i>	84

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ	86
<i>Ю. М. Колодій, магістрант</i>	<i>86</i>
АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ТА ПРИНЦИПИ ІНТЕРНЕТ-КОМЕРЦІЇ	88
<i>Б. В. Колосівський, магістрант</i>	<i>88</i>
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА	90
<i>Я. С. Котляр, магістрант</i>	<i>90</i>
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ	93
<i>Л. М. Кравчук, магістрант</i>	<i>93</i>
ЧИННИКИ ЗРОСТАННЯ ДОХОДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	96
<i>О. О. Куриленко, магістрант</i>	<i>96</i>
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	99
<i>І. Ю. Лисинчук, магістрант</i>	<i>99</i>
РЕЗЕРВИ РОСТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	101
<i>Лічутін В. Є, магістрант</i>	<i>101</i>
СТАН ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	103
<i>І. А. Мельник магістрант В. І. Ткачук, д. е. н., професор</i>	<i>103</i>
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	109
<i>В. Л. Мельник, магістрант</i>	<i>109</i>
ОЦІНКА ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	111
<i>В. В. Мельниченко, магістрант</i>	<i>111</i>
УПРАВЛІННЯ ОБСЯГОМ ТА АСОРТИМЕНТНОЮ СТРУКТУРОЮ ПРОДУКЦІЇ У ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»	114
<i>Д. С. Мельничук, магістрант</i>	<i>114</i>
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	119
<i>Ю. П. Мосійчук, магістрант</i>	<i>119</i>
СВІТОВЕ ВИРОБНИЦТВО ЗЕРНОВИХ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В НЬОМУ	121
<i>І. В. Нечипоренко, магістрант</i>	<i>121</i>
СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	123
<i>О. Ю.Ніконенко, магістрант</i>	<i>123</i>

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ	126
<i>О. Ю. Побережник, магістрант</i>	<i>127</i>
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ	129
<i>І. А. Власюк, магістрант</i>	<i>130</i>
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ	132
<i>Р. О. Почерняєв, магістрант</i>	<i>133</i>
ПРОБЛЕМИ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДП «КРУПОЗАВОД ОЗЕРЯНКА» ТОВ «ІПС»	136
<i>К. Г. Пьорушкіна, магістрантка</i>	<i>137</i>
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ АГРОВИРОБНИЦТВА	138
<i>А. М. Святкін, магістрант</i>	<i>138</i>
ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	141
<i>М. М. Семененко, магістрант</i>	<i>141</i>
СТГСТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	144
<i>А. С. Скиба, магістрант</i>	<i>144</i>
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	148
<i>А. В. Стасюк, магістрант</i>	<i>148</i>
КОНТЕКСТНА МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ	151
<i>Л. В. Сус, аспірантка</i>	<i>151</i>
БРАЗИЛІЯ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ: ЕКОНОМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ДОСЯГНЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	153
<i>Т. А. Джунь, студентка</i>	<i>153</i>
ДОСВІД ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІЗРАЇЛЮ	156
<i>І. О. Зьолко, студент</i>	<i>156</i>
ПЕРСПЕКТИВИ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ХХІ СТОЛІТТЯ	158
<i>С. М. Куцков, студент</i>	<i>158</i>
ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	161
<i>І. В. Токарчук, магістрантка</i>	<i>162</i>
ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ	164
<i>А. І. Труханівська, магістрант</i>	<i>164</i>
ПРИБУТКОВІСТЬ, ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	166
<i>Л. А. Туровець, магістрант</i>	<i>167</i>

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	170
<i>В. В. Турпак, магістрантка.....</i>	<i>170</i>
ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ...	173
<i>Л. В. Усюк, аспірант</i>	<i>173</i>
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	174
<i>А. С. Хробуст, магістрантка</i>	<i>175</i>
УКРАЇНА ТА СОТ: ОБОВ'ЯЗКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ	177
<i>Д. В. Беженар, студентка.....</i>	<i>177</i>
Керівник чи співавтор Черниш	177
РОЗВИТОК АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА В СОТ	180
<i>М. С. Мамченко, студент.....</i>	<i>180</i>
Керівник чи співавтор Черниш	180
ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ ЄС	183
<i>Я. В. Раус, студент</i>	<i>183</i>
Керівник чи співавтор Черниш	183
РИНОК ПРАЦІ МІГРАНТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ...	186
<i>О. Ю. Синьківська, студентка</i>	<i>186</i>
Керівник чи співавтор Черниш	186
ФЕНОМЕН НОВИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ КРАЇН: ЕВОЛЮЦІЯ І СУЧАСНІСТЬ	188
<i>А. А. Ходаківська, студентка.....</i>	<i>188</i>
Керівник чи співавтор Черниш	188
ЕВОЛЮЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС	191
<i>Ю. А. Яценко, студентка</i>	<i>191</i>
ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ КРАЇН БРІКС	193
<i>І. А. Сич, студентка.....</i>	<i>193</i>
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	196
<i>О. В. Шевчук, студентка.....</i>	<i>196</i>
ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ВИРІШАЛЬНИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	200
<i>А. І. Шмідт, магістрант*</i>	<i>201</i>
УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНОЮ ЛОГІСТИКОЮ В МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ	203
<i>Т. М. Шутенко, магістрант</i>	<i>204</i>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПТАХІВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	206
<i>Х. С. Яцух, магістрантка</i>	206

СЕКЦІЯ 2 ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В АГРОБІЗНЕСІ.....208

СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНЕ ТА ОБЛІКОВО-АУДИТОРСЬКЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ208

РОЛЬ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ У ФОРМУВАННІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	208
<i>М. Сидорчук, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	209
БАНКІВСЬКІ ПЛАТІЖНІ КАРТКИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ.....	212
<i>Богдан Шуляк, магістрант спец. «Фінанси і кредит».....</i>	212

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ216

<i>Дубина Дмитро, магістрант спец. «Фінанси і кредит».....</i>	216
--	-----

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ.....220

<i>Олена Волошина, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	220
--	-----

ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ224

<i>Юлія Герговська магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	224
--	-----

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....228

<i>Андрій Осаволук, магістрант спец. «Фінанси і кредит».....</i>	228
--	-----

ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ.....231

<i>Світлана Коваль, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	231
---	-----

СУТНІСТЬ І ЕТАПИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ237

<i>С. В. Василенко, к.е.н.</i>	237
-------------------------------------	-----

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....240

Вероніка Полянко, студентка напр. підг. «Облік і аудит»..... 240

**ВПЛИВ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА244**

Вікторія Макаrchук, магістрант спец. «Фінанси і кредит» 244

ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА247

М.А. Кулеша, студентка Ф-12-1 247

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ЦІЛЕЙ
ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА251**

Юлія Куйдан, бакалавр напр. підг. «Фінанси і кредит» 251

**ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПАФ
«ДРУЖБА» ЧЕРНЯХІВСЬКОГО РАЙОНУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ
.....255**

Оксана Круковська, студентка ОКР «Спеціаліст» спец. «Облік і аудит» 255

**ДО ПИТАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА
ПІДПРИЄМСТВІ.....257**

Юлія Сорочан, магістрант спец. «Фінанси і кредит»..... 257

**МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА261**

Наталія Кондратюк, магістрант спец. «Фінанси і кредит» 261

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....264

Тетяна Воробйова магістрант спец. «Фінанси і кредит» 264

**ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ
РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА269**

Сіренко Оксана, магістрантка..... 269

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ МЕТОДОЛОГІЇ IDEF0273**

О.О.Тітаренко, студентка ОКР «Бакалавр» напр. підгот. «Фінанси і кредит»..... 274

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ
ПІДПРИЄМСТВА276**

<i>Юлія Герговська, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	276
УПРАВЛІННЯ ПОЗИКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	281
<i>Ренкас Ю.Б., магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	281
ОЦІНКА СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	285
<i>Марина Андрієць, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	285
ШЛЯХИ І РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ (ДОХІДНОСТІ) ПІДПРИЄМСТВА	288
<i>Катерина Купрійчук, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	288
МЕТОД МОНТЕ-КАРЛО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	292
<i>Ярослав Поплавський, студент спец. «Фінанси і кредит»</i>	292
НЕЧІТКА МОДЕЛЬ РОЗПОДІЛУ РЕІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ.....	295
<i>Ірина Поночовна, студентка напр. підг. «Фінанси і кредит»</i>	295
SWOT-АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОБУДІВНОГО УПРАВЛІННЯ	297
<i>Ігор Юрченко, магістрант спец. «Фінанси і кредит»</i>	297
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ДИНАМІКИ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	302
<i>А. Р. Журавська, аспірантка</i>	302
МОДЕЛИРОВАНИЕ РОСТА СОИ С ПОМОЩЬЮ ОБОБЩЕННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ	305
<i>А.С. Амьотова, С.А. Кравчук студенты группы А-14-М</i>	306
ДИНАМІКА І ПРОГНОЗУВАННЯ УРОЖАЙНОСТІ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР СФГ «КУДИНСЬКИЙ»	308
<i>В.Кудинський, студент</i>	308
РІШЕННЯ ЗАДАЧІ ОПТИМАЛЬНОГО УРОЖАЮ КАРТОПЛІ В УМОВАХ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	310

<i>В.В. Радченко, студентка групи А-І4-М.....</i>	<i>310</i>
---	------------

**ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОЩУВАННЯ
РОМАШКИ ЛІКАРСЬКОЇ.....312**

<i>Наталія Захарчук, студентка ОКР «Спеціаліст» спец. «Облік і аудит»</i>	<i>313</i>
---	------------

СЕКЦІЯ 1. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТОВ «ВО АГРО ПРОМ СЕРВІС»

О. Андрієнко, магістрант*

Актуальність проблеми. Сучасні організаційно-економічні перетворення в аграрному секторі економіки спричинили низку проблем, пов'язаних з формуванням, використанням і прирощенням виробничого потенціалу суб'єктів аграрного бізнесу. З одного боку, виробничий потенціал підприємств потребує радикального оновлення (основні виробничі фонди) та нарощування (фінансові ресурси). З іншого – окремі його елементи (земельні, трудові та інші ресурси) використовуються або нераціонально і надмірно (земельні ресурси) або недостатньо (трудовий потенціал). Це зумовлює актуальність і практичну значимість теми дослідження.

Стан сучасних досліджень і перспективи подальших досліджень проблеми. Вагомий внесок у теорію розвитку виробничого потенціалу внесли такі відомі вчені як П. Саблук, В. Андрійчук, М. Білик, І. Бланк, О. Бугуцький, П. Гайдуцький, О. Булавка, В. Дієсперов, М. Кісіль, О. Онищенко, М. Малік, Б. Пасхавер, О. Єфімова, В. Шиян, А. Юзефович, М. Федоров, К. Якуба та ін. Разом з тим, потребують поглибленого дослідження питання збалансованого використання і зміцнення виробничого потенціалу підприємств.

Метою даної статті є оцінка ефективності використання виробничого потенціалу ТОВ «ВО АГРО-ПРОМ-СЕРВІС» та визначення напрямів удосконалення управління ним.

Виклад основного матеріалу. ТОВ «ВО АГРО-ПРОМ-СЕРВІС» динамічно розвивається у сучасних умовах і є прибутковим. За період 2012 – 2014 р.р. у господарстві зросло виробництво валової продукції на 6,6%. Виробництво зерна у господарстві з розрахунку на 100 га ріллі зросло за період дослідження у 2,7 рази, виробництво м'яса свиней - майже вдвічі. Проте, зменшились його питомі показники – з розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь і на 1 середньорічного працівника, а також більш ніж у 9 разів - рівень рентабельності.

Важливими чинником успішної господарської діяльності даного підприємства є його потенціал, основними елементами якого є земельний, виробничий, трудовий і організаційний.

* Науковий керівник – д. е. н., професор Л. Ц. Масловська

Проаналізуємо ефективність використання елементів потенціалу підприємства.

Таблиця 1

Ефективність використання земельних ресурсів підприємства

Показники	Р о к и			2014 р. у % до 2012 р.
	2012	2013	2014	
1. Натуральні				
Урожайність з 1 га, ц:				
зернових	23,4	26,4	29,2	106,6
Вироблено на 100 га ріллі, ц				
зерна	900	2207	2459	>2,7 рази
м'яса свиней	152	328	287	>1,9 рази
2. Вартісні				
Одержано на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.:				
валової продукції	160,4	227,0	266,6	>1,7 рази
товарної продукції				
чистої продукції	377,0	318,0	553,0	>1,7 рази
Прибуток (+), збиток (-)	54,3	76,5	143,4	>2,6 рази

Дані таблиці свідчать, що урожайність зернових за досліджуваний період зросла, як наслідок виробництво зерна на 100 га ріллі також зросло у 2,7 рази і становило 2459 ц (2014 р). Виробництво м'яса свиней збільшилось майже вдвічі, рівень розораності становить 100%, оскільки рілля займає всю площу сільськогосподарських угідь.

На протязі досліджуваного періоду вартість ОВФ сільськогосподарського призначення зросла. Фондозабезпеченість показує, яка вартість ОВФ припадає на 100 га сільськогосподарських угідь.

Таблиця 2

Ефективність використання виробничих фондів підприємства

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. у % до 2012 р.
Основні виробничі фонди сільськогосподарського призначення, всього, тис. грн.	3629	7034	4866	134,09
Фондозабезпеченість (на 100 га с-г угідь), тис. грн.	184,40	356,51	236,79	128,41
Фондоозброєність (на 1 середньорічного працівника), тис. грн.	63,67	104,99	91,81	144,21
Фондовіддача, грн.	1,88	1,29	2,43	129,14
Фондоємкість, грн.	0,53	0,77	0,41	77,44
Ступінь носу основних виробничих фондів, %	28,26	29,40	29,95	105,98

В ТОВ «ВО АГРО-ПРОМ-СЕРВІС» фондозабезпеченість зросла на 52,39 тис. грн., що пов'язане зі збільшенням вартості основних виробничих фондів. Негативним фактором є те, що на підприємстві зріс ступінь зносу

основних виробничих фондів на 5,98 %. Це є свідченням того, що на підприємстві не проводиться оновлення основних фондів. Тобто на підприємстві досить застаріла техніка та обладнання, які потребують негайної заміни або капітального ремонту.

Таблиця 3

Ефективність використання трудових ресурсів та продуктивності праці

Показники	Р о к и			2014 р. у % до 2012 р.
	2012	2013	2014	
Середньорічна чисельність працівників, чол. у т.ч.	57	67	53	93,0
у т.ч.: в рослинництві	28	32	25	89,3
в тваринництві	29	35	28	96,6
Навантаження на 1-го середньорічного працівника, га				
- сільськогосподарських угідь	34,5	29,4	38,8	112,5
- ріллі	34,5	29,4	38,8	112,5
Працевзабезпеченість на 100 га сільгоспугідь	2,9	3,4	2,6	89,7

Коефіцієнт використання трудових ресурсів досліджуваного підприємства зріс на 0,019 пунктів або на 3,5%. Спостерігається зростання показників продуктивності праці як в цілому, так і у розрізі галузей. При цьому, випереджальними темпами зростає продуктивність праці у тваринництві.

Результативність управління виробництвом ТОВ «ВО АГРО-ПРОМ-СЕРВІС» відображають розрахункові дані таблиці 4.

Таблиця 4

Показники результативності управління потенціалом підприємства

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2012 р.	
				+/-	%
Виробництво валової продукції з розрахунку на:					
- 1 грн. управлінських витрат, грн	9,19	8,75	10,02	0,83	9,0
- 1 працівника апарату управління, тис.грн	126,0	147,8	171,7	45,7	36,2
- 1 працівника виробництва, тис.грн	22,2	28,3	25,6	3,3	15,0
Чистий прибуток в розрахунку на:					
- 1 працівника управління, тис.грн	48,0	26,4	-25,1	-73,1	-
- 1 грн. заробітної плати працівників управління, грн	4,38	1,91	-1,27	-5,65	-
- 1 грн. затрат на управління, грн	3,50	1,57	-1,47	-4,97	-

Як показують дані таблиці, найбільш результативним управлінням потенціалом підприємства було в 2012 році, а найменш ефективним - у 2014 році. Виробництво валової продукції з розрахунку на 1 грн управлінських витрат характеризується тенденцією до зростання. Фінансовий результат від діяльності з розрахунку на 1 грн затрат на

управління у 2014 році був меншим на 4,97 грн; на 1 працівника апарату управління - на 73,1 тис. грн., а на 1 грн заробітної плати працівників управління - на 5,65 грн порівняно з 2012 роком. Це означає, що управлінська діяльність на підприємстві стала витратомісткою.

Процес управління виробничим потенціалом на підприємстві включає планування, організацію, мотивацію і контроль, необхідні для досягнення, передусім, виробничих результатів. Питома вага затрат на управління у валовій продукції підприємства (за собівартістю) зменшилася за період дослідження на 0,38%. Частка затрат на оплату праці працівників управління у собівартості валової продукції зросла у порівнянні з 2012 роком на 37,5%. Питома вага заробітної плати працівників управління в загальному фонді оплати праці збільшилася на 0,9% у 2014 р., що на 4,6% перевищило рівень 2012 р. Відношення чисельності працівників апарату управління до загальної кількості працюючих зменшилося на 2,0%.

З зазначеного можна зробити висновок про те, що управління виробничим потенціалом ТОВ «ВО АГРО-ПРОМ-СЕРВІС» має ще значні резерви для удосконалення. З цією метою рекомендуємо здійснити наступні заходи. Для виявлення можливостей виробничого потенціалу менеджмент підприємства має систематично діагностувати основні функціональні елементи: «Виробництво, розподіл та збут продукції», «Фінанси», «Організаційна структура та управління» та «Маркетинг». Управління потенціалом підприємства потребує істотно нової інформаційно-аналітичної бази, методологічні, методичні та прикладні основи якої повинні ґрунтуватися на комплексній основі синергетичного потенціалу. У практиці управління потенціалом доцільно застосовувати такий методичний інструмент діагностики

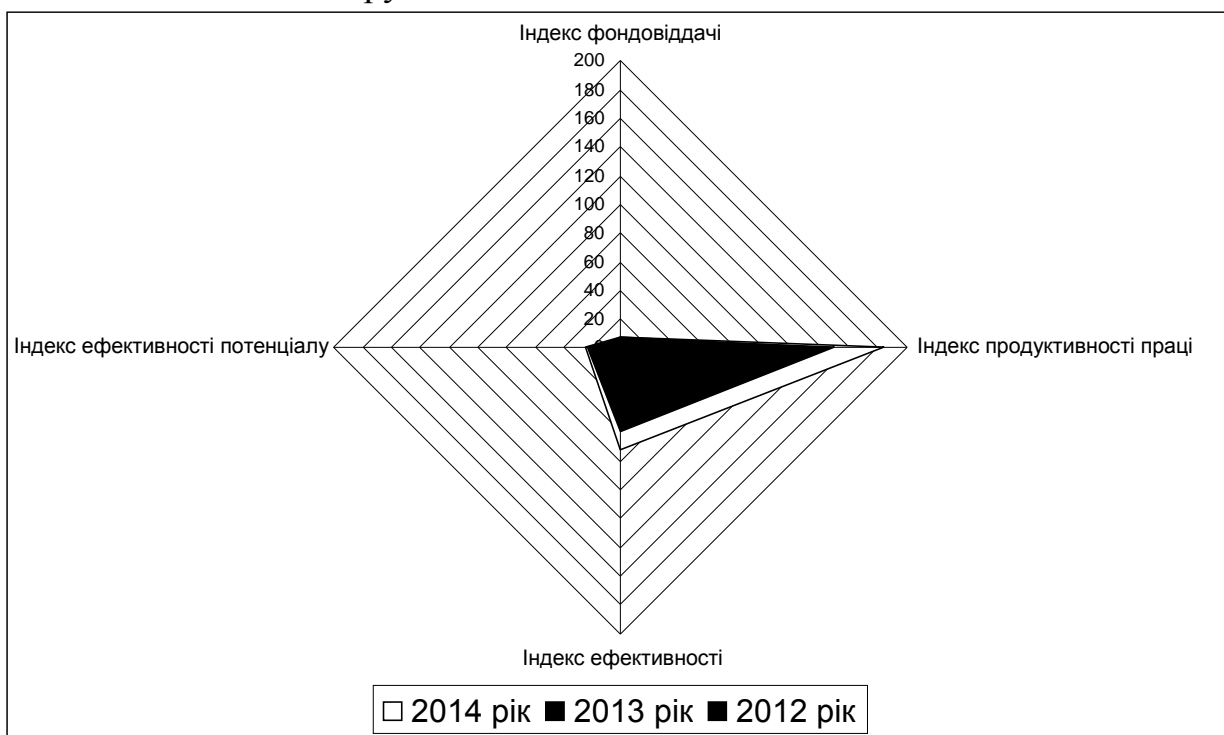


Рис.1. Квадрат використання виробничого потенціалу ТОВ «ВО

АГРО ПРОМ СЕРВІС»

побудова «Квадрата потенціалу». Побудована графоаналітична модель (рис.1). показує, що за період дослідження відбулося абсолютне збільшення потенціалу підприємства - площі квадрата і індекса його ефективності зросли на 20%. Однак, усі вектори моделі розвинуті порівню, тобто елементи виробничого потенціалу досліджуваного підприємства - не збалансовані. Найбільш розвинутим вектором є індекс продуктивності праці, який по суті, забезпечує інтегральну ефективність потенціалу підприємства. За період дослідження приріст продуктивності праці склав понад 23%. Це є свідченням зростання віддачі персоналу підприємства на фоні скорочення його чисельності. Зростання ефективності використання основних виробничих фондів за три роки склало 3,9%. Дещо більшу результативність мало використання організаційного потенціалу (4,7%).

Висновки. Для збалансування елементів потенціалу підприємства необхідно підвищити економічну ефективність використання земельних ресурсів господарства шляхом впровадження системи заходів щодо підвищення їх родючості та охорони ґрунтів від ерозії і інших руйнівних процесів, знизити технологічну трудомісткість вирощування одного гектара посіву сільськогосподарських культур з допомогою комплексної механізації виробничих процесів сучасною технікою.

Список використаних джерел.

1. Ждаміров Є.Ю. Особливості управління виробничим потенціалом підприємств / Є.Ю. Ждаміров [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/27_OINXXI_2011/Economics/10_92035.doc.htm
2. Побережна Н.М. Ефективність використання виробничого потенціалу: теоретичний та практичний аспекти / Маркетинг і менеджмент інновацій, 2012, № 3. – С. 212-220
3. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства: Навчальний посібник. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Рашупкіна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 362 с.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / Н.С. Краснокутська. – Київ: ЦНЛ., 2005. – 352 с.

ЕКСПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

А. В. Андросович, магістрант*

Постановка проблеми. Роль та значимість ринку деревини і виробів з деревини для розвитку національного господарства України визначається широким використанням цієї групи товарів в будівництві, промисловості, в сільському і комунальному господарстві. В Україні виробляється понад 300 найменувань товарної продукції, яка постачається на внутрішній і зовнішній ринки.

Хоча експорт вітчизняної деревини та виробів із неї зростає, Україна значно поступається лідерам, оскільки вітчизняні постачальники працюють переважно в тих сегментах ринку, які країни з розвинутою лісовою промисловістю вважають для себе менш прибутковими.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню питань зовнішньої торгівлі на ринку лісопродукції свої праці присвячували такі вітчизняні вчені як Гунчак Н. В., Дишко І. Ю., Карпук А., Овчарук В.В., Стегній О. та інші. Проте їх дослідження переважно були спрямовані на розгляд питань конкурентоздатності лісопродукції на зовнішньому ринку та аналізу поточних тенденцій експортно-імпоротної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Найважливішими передумовами розвитку деревообробної галузі України є наявність власної сировини. На формування експорту необробленої деревини визначальний вплив має розміщення лісових ресурсів. В Україні вони сконцентровані переважно в західному та північному регіонах України, особливо у Волинській, Житомирській, Рівненській та Івано-Франківській областях. Ці регіони характеризуються підвищеною продуктивністю та якістю деревних насаджень, покращеною сортиментною структурою, наявністю розвиненої лісозготівельної та лісопереробної галузей, налагодженою мережею лісових доріг та відносною близькістю до основних країн-імпортерів української деревини [2].

Запас деревини в лісах оцінюється в межах 2102 млн. м³. Загальний щорічний приріст деревини в лісах Держлісагентства – 24,6 млн. м³, використання приросту у 2013 р. склало 66%. Обсяг заготівлі ліквідної деревини від усіх видів рубок у 2013 р. становив в Україні – 18,0 млн. м³ (у Держлісагентстві – 14,4 млн. м³). Таким чином, спостерігається поступове збільшення запасу. А це свідчить про те, що експортний потенціал галузі лісового господарства зростає. Негативним є те, що не вся продукція відповідає критеріям якості, що відображається на рівні попиту на неї на закордонних ринках.

Дані табл. 1 свідчать про те, що за досліджуваний період обсяги експорту лісопродукції неухильно зростають. Також потрібно зазначити, що експорт необробленої деревини зріс на 19%, а обробленої – лише на 8%. Необхідно звернути увагу на те, що у структурі експорту за всі роки переважну більшість становлять необроблені лісоматеріали.

Така тенденція є негативною, оскільки експорт необробленої деревини зумовлює низький рівень доданої вартості у лісовому секторі і втрачаються додаткові прибутки. Експорт необробленої деревини митною вартістю 1 грн. зумовлює прямі втрати бюджетних доходів різних рівнів 0,644 грн. у випадку виготовлення з цієї деревини столярної продукції. Для того, щоб цих втрат не було, потрібно експортувати продукцію деревообробної промисловості, тобто деревину з доданою вартістю: меблі, пиломатеріали тощо.

* Науковий керівник – д. е. н. О. В. Скидан

Таблиця 1

Обсяги та структура експорту деревини та продукції деревообробки в Україні

Вид продукції	2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.		2013 р. до 2010 р, %
	тис. м ³	%	тис. м ³	%	тис. м ³	%	тис. м ³	%	
Деревина паливна	901,0	25,00	932,0	24,38	982,6	25,40	1217,0	27,64	135
Лісоматеріали необроблені	1875,7	52,04	1917,3	50,15	1907,1	49,29	2230,0	50,65	119
Лісоматеріали оброблені	583,8	16,20	670,0	17,53	606,8	15,68	632,7	14,37	108
Пилопродукція	6,3	0,17	8,0	0,21	12,38	0,32	8,974	0,20	142
Плити деревинностружкові	169,3	4,70	192,2	5,03	220,0	5,69	165,2	3,75	98
Плити деревоволокнисті	20,8	0,58	53,1	1,39	85	2,20	92,7	2,11	у 4,5 рази
Фанера клеєна	47,2	1,31	50,3	1,32	55,3	1,43	56,4	1,28	119
Разом	3604,1	100	3822,9	100	3869,2	100	4403,0	100	122

Джерело: [4]

Крім того ліси в Україні виконують насамперед екологічні функції і мають обмежене експлуатаційне значення. Майже в половині лісів промислові рубки взагалі заборонені, а більше 12% лісів є заповідниками [1]. Для ефективного розвитку галузі може бути корисним досвід провідних у цій галузі Європейських країн, зокрема, Швеції та Фінляндії. Шведські деревообробники розглядають ліс як поновлюваний природний ресурс, який надає можливість використовувати його в господарських цілях без виснаження. Тому вони широко використовують сертифікацію лісів. Згідно лісовому законодавству Швеції, обсяг лісовідновлювальних робіт повинен точно відповідати обсягу лісозаготівель [3].

Для збільшення експортного потенціалу галузі необхідно вирішити наступні завдання: зміна структури експорту, активне стимулювання експорту продукції з високою доданою вартістю; освоєння виробництва нових видів імпортозамінної продукції, в першу чергу сучасних деревних плиткових матеріалів та продукції лісохімії [1].

Висновки. Переорієнтація на переробку деревини дасть змогу частково вирішити ряд проблем, які є актуальними для української економіки на сучасному етапі, зокрема це створення нових робочих місць, зниження вирубки лісу, повне використання всієї продукції переробки. Стратегія на обробку деревини дасть змогу розширити асортиментний ряд продукції на зовнішніх ринках, що в свою чергу розширить аудиторію клієнтів і підвищить прибутки підприємств.

Список використаної літератури

1. Купчак П. М. Перспективи розвитку деревообробної промисловості в Україні / П. М. Купчак // Ефективна економіка. – 2014. - №11.
2. Максимець О.В. Оцінювання позицій лісових підприємств на зовнішніх ринках деревинної продукції / О.В. Максимець, Н.М. Борис // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12

3. Сопушинський І.М. Європейський досвід ціноутворення на ринку круглих лісоматеріалів хвойних порід / І.М. Сопушинський, Н.М. Клим, І.І. Харитон // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.10

4. Сагаль С. Аналіз потенціалу лісового сектору України та виявлення факторів, що гальмують його інноваційний розвиток / С. Сагаль. - К.: 2014. – 34 с.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ РЕГІОНУ

О. О. Беляк, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Одним із найважливіших елементів механізму управління міжнародними економічними відносинами, що здійснюються шляхом проведення комерційних операцій є зовнішньоекономічна діяльність. Пріоритетними напрямками розвитку Житомирської області на 2016-2017 роки залишатимуться: забезпечення умов для соціально-економічного зростання в усіх галузях і сферах діяльності, модернізація виробництва та інфраструктури, зростання надходжень до місцевих бюджетів та підвищення життєвого рівня населення області, розвиток сучасного агропромислового виробництва. Важливого значення набуває формування стратегічних напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрного сектору в системі світогосподарських відносин Житомирської області. Місце і роль регіону в системі зовнішньоекономічних зв'язків держави визначаються специфічними особливостями соціально-економічного розвитку самого регіону, і тому в сучасних умовах виникає необхідність визначення передумов та вихідних параметрів розробки механізму взаємодії економічних суб'єктів в процесі реалізації міжнародних інтересів держави. Методики оцінки зовнішньоекономічної діяльності Житомирської області можуть слугувати основою обґрунтування ефективної стратегії розвитку регіону.

Аналіз досліджень в області теорії і практики розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств показав, що існують певні передумови формування зовнішньоекономічної політики у виді рекомендацій міжнародних організацій, праць вітчизняних і закордонних вчених. Дослідженню проблем розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств України і, зокрема аграрних підприємств присвятили роботи О. Амоша, В. Андрійчук, В. Бойко, П. Гайдуцький, В. Геєць, А. Кандиба, С. Кваша, А. Коверга, М. Парсяк, П. Саблук, С. Соколенко, В. Топіха, та інші відомі вчені. Незважаючи на значну теоретико-методологічну базу, досліджувані механізми стимулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств є недостатньо вивченим науковим напрямом, що і визначило актуальність теми дослідження.

Викладення основного матеріалу. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) аграрних підприємств є формою господарської діяльності, яка пов'язана з технологією виробництва сільськогосподарської продукції та науково-технічною діяльністю, а також з системою міжнародного маркетингу здійснення експортних та імпорتنих

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

операцій з цією продукцією [4, с. 133]. Значення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств полягає в можливості одержувати валютну виручку від експорту, підвищувати технічний рівень виробництва (за рахунок імпорту, більш ефективної техніки та технологій), виробляти конкурентоспроможну продукцію [1, с. 153].

Визначаючи зовнішньоекономічну стратегію, Житомирська область має виходити з двох найважливіших реалій. По-перше, з потреб і тенденцій розвитку міжнародної економіки, по-друге, — з рівня розвитку й структури національної економіки. Найбільш прийнятною для Житомирської області є експортно-орієнтована модель аграрного сектору. При цьому виникають певні проблеми: труднощі з проникненням на ринки розвинутих країн; сировинна орієнтація експорту може вести до занепаду, внутрішнє економічне зростання залежатиме від кон'юнктури міжнародних ринків. Тому втілення експортно-орієнтованої стратегії має відбуватися паралельно з реалізацією політики імпортозаміщення. Реалізація такої моделі повинна спиратися на комплексну і динамічну державну зовнішньоекономічну політику, основними елементами якої мають бути інтеграція економіки в європейські та світові економічні об'єднання, створення могутнього експортного сектору, здійснення закордонної підприємницької діяльності, гнучка податкова, цінова, кредитна, фінансова та валютна політика, що стимулюватиме диверсифікацію експортно-імпортних відносин, формування розгалуженої зовнішньоекономічної інфраструктури, залучення іноземних інвестицій.

Зовнішньоекономічна стратегія в аграрній сфері Житомирської області має підпорядковуватися ідеї європейської інтеграції, використанню таких її форм та механізмів, які забезпечать повніше й ефективніше використання потенціалу взаємозв'язків області з розвиненими країнами світу. Стратегічною метою розвитку аграрного сектору має бути: досягнення стабільного економічного зростання шляхом забезпечення умов для розвитку ефективного підприємництва в аграрному секторі; підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного агропромислового сектору на внутрішньому та зовнішніх ринках на базі нарощування обсягів інвестицій та їх інноваційного спрямування [2, с. 156].

Вибір вектора стратегічного розвитку аграрних виробництв у напрямку реалізації експортної політики регіону також повинен враховувати ресурсні можливості та їх ефективне використання для найкращого досягнення поставлених стратегічних цілей. Процес ресурсного забезпечення аграрного виробництва має форму процесу закупівлі, а діяльність підприємства спрямована на виготовлення продукції відповідно стану потреб з найменшими втратами. Обмеженість природно-сировинних ресурсів викликає бурхливе зростання цін на ресурси, тому вони стають одним із головних обмежень, що може завадити здійсненню будь-якої стратегії розвитку [5, с. 15]. Основними напрямками подолання дефіциту ресурсів є розвиток ресурсозберігаючих технологій, використання штучних матеріалів тощо. Основними заходами, які потрібно враховувати при формуванні ресурсних стратегій є: зниження потреби в ресурсах; підвищення якості ресурсів; підвищення рівня використання ресурсів; оптимізація витрат часу та грошей на розробку та здійснення ресурсних стратегій. Головне значення для розвитку ефективного експорту мають фактори, безпосередньо пов'язані зі станом аграрного сектора (рис. 1).

Класифікаційні ознаки	Види факторів
Правові	- форма власності - організаційно-правова форма - кредитна та податкова політика держави - фінансова підтримка держави
Фінансово -	- система ціноутворення на аграрну продукцію

економічні	- організація праці та матеріальне стимулювання - інвестиційно-інноваційна активність - вартість та доступність енергетичних ресурсів
Операційні	- використання нових видів продукції рослинництва та тваринництва - використання якісного посадкового матеріалу та генофонду тварин - забезпечення добривами та кормами - інтегрована система захисту від шкідників та хвороб - механізація та автоматизація сільськогосподарських процесів
Соціальні	- мотиваційні системи - умови праці

Рис. 1. Основні фактори впливу на ефективність реалізації експортної стратегії

На основі запропонованих заходів щодо удосконалення зовнішньоекономічної регіональної політики, можливо простежити динаміку показників зовнішньоекономічної діяльності Житомирської області, що стане основою для подальших досліджень.

Важливим напрямом удосконалення форм господарювання має стати стимулювання розвитку великотоварних господарств як найбільш ефективної та конкурентоспроможної форми організації сільськогосподарського виробництва. Взаємодія аграрної сфери Житомирської області зі світовим аграрним простором має спиратися на комплексну, гнучку і динамічну зовнішньоекономічну політику, головне завдання якої полягає у визначенні етапів, напрямів, форм і способів реалізації дієвої зовнішньоекономічної стратегії.

Висновки та пропозиції. Для розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрної сфери Житомирської області необхідно: сприяти зовнішньоекономічним зв'язкам підприємств галузі незалежно від форм власності та розташування; сприяти створенню на основі законодавства спільних з іноземними партнерами; створювати сприятливий інвестиційний клімат з метою залучення іноземних інвестицій для створення робочих місць

Список використаної літератури

1. Пріоритети підвищення ефективності транскордонного співробітництва та зміцнення конкурентоспроможності підприємництва західних регіонів України / [відп. ред. Т. Г. Васильців] ; Регіон. філіал Нац. ін- ту стратегіч. досліджень у м. Львові. – Львів : ПАІС, 2011. – 166 с.
2. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
3. Макогон Ю. В. Міжнародне інвестування та зовнішньоекономічна діяльність на регіональному рівні : Україна – Європейський Союз / Ю. В. Макогон // Вісник Донецького університету. – 2004. – № 2. – С. 27–37.
4. Танасійчук О. М. Управління збутом і його взаємодія з іншими функціональними підрозділами підприємства / О. М. Танасійчук // Збірник наукових праць. Економіка: проблеми теорії та практики. Дніпропетровськ: ДНУ – 2002. – № 146. – С. 132–139.
5. Кайтанський І. С. Запровадження ефективної системи регулювання експорту продукції аграрних підприємств / І. С. Кайтанський // Культура народів Причорномор'я: Науч. журнал ТНУ ім. В.И.Вернадского. – Сімферополь, 2009. – № 175. – С. 14-17.

МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Л. О. Бех, студентка*

Постановка проблеми. В умовах, коли Україна здійснила перехід до ринкових відносин, коли формується ринкова система господарювання, проблема мотивації праці персоналу, набула важливого значення. Мотивація є однією з основних функцій менеджменту країн з розвинутою економікою, тому необхідно поступово освоювати досвід їх життєвого успіху.

В умовах формування нових механізмів господарювання, орієнтованих на ринкову економіку, перед підприємствами встає необхідність працювати по-новому, зважаючи на закони і вимоги ринку, оволодіваючи новим типом економічної поведінки, пристосувавши всі сторони виробничої діяльності до змінної ситуації. У зв'язку з цим зростає внесок кожного працівника в кінцеві результати діяльності підприємства. Одне з головних завдань для підприємств різних форм власності – пошук ефективних способів управління працею, що забезпечують активізацію людського чинника. Таким чином, актуальність даної теми обумовлена тим, що мотивація є найважливішим управлінським інструментом будь-якої діяльності підприємства, який служить основою росту і процвітання компанії [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам мотивації праці присвятили свої наукові роботи такі вітчизняні та зарубіжні вчені: А. Афонін, К. Альдефер, Л. Волевач, В. Врум, О. Віханський, Ф. Герцберг, Г. Дмитриєнко, А. Колот, О. Кузьмін, Н. Любомудрова, Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон, Р. Оуен, В. Сладкевич та ін. У їх роботах досліджено теоретичні й практичні аспекти мотивації праці, однак, деякі питання щодо основних мотиваторів персоналу українських підприємств, зокрема аграрних, потребують подальшого вивчення.

Виклад основного матеріалу.

В сучасному менеджменті все більше значення набувають мотиваційні аспекти. При плануванні та організації роботи менеджер визначає, що потрібно виконати організації і коли, як і хто, повинен це зробити. Якщо вибір цих рішень зроблений ефективно, то керівник отримує можливість координувати зусилля багатьох людей і спільно реалізувати потенційні можливості групи працівників. Ефективна робота підприємства – це, перш за все ефективна робота персоналу від керівника до робітника, і тому мотиваційний фактор в досягненні цілей організації відіграє не останню роль.

Мотивація необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих цілей. Заробітна плата є основним джерелом доходів робітників фірм і підприємств, тож вона є основним мотиваційним фактором підвищення ефективності діяльності працівників [2]. Ефективна мотивація персоналу позитивно впливає на результати діяльності підприємства завдяки виявленню і продуктивному застосуванню професійного потенціалу працівників, підвищенню якісного складу персоналу підприємства, створенню системи самоосвіти, скорочення загальних витрат на пошук висококваліфікованої робочої сили за рахунок спланованої, послідовної та активної політики на ринку праці.

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Т. С. Муляр

Об'єктом дослідження виступає процес мотивації в системі управління персоналом ПОСП «Зірка», яке засноване за рішенням засновника на базі власних земель й майна засновника та орендованих майна й землі у її власників для виробництва сільськогосподарської продукції та товарів на засадах підприємництва. Метою діяльності підприємства є одержання прибутку від виробництва сільськогосподарської продукції, її переробки і реалізації інших видів господарської діяльності підприємства, для задоволення потреб засновника підприємства і членів трудового колективу.

В основі мотивації в системі управління персоналом на підприємстві лежить задоволення потреб працівників в певних благах за допомогою праці, спрямованого на досягнення цілей підприємства. Ряд засобів мотивації персоналу в своїй діяльності використовує адміністрація ПОСП «Зірка», зокрема:

1. Забезпечення працівників спецодягом, який використовується в роботі.
2. Наданням молодим фахівцям можливості удосконалювати знання і уміння в тому, що вони отримують в використання нову техніку яка закуповується на підприємство.
3. Забезпечення іногородніх працівників житлом.
4. Отримання звання «найкращого» працівника року, за перевиконання плану по збору врожаю, чи іншого виду робіт.
5. За високі досягнення в роботі працівникам видаються премії і листи подяки.

Слід зазначити, що керівництво ПОСП «Зірка» завжди розуміло те, що необхідно стимулювати персонал працювати на підприємство. Тому воно мотивує персонал працювати продуктивно, оскільки має змогу підтримувати працівників підприємства матеріально. Таким чином, основним інструментом практичної реалізації ефективної мотивації в системі управління персоналом підприємства є матеріальна мотивація що являє собою сукупність надбавок та доплат які входять до основної заробітної плати.

Важливо зазначити, що працівники вважають наявність матеріальної мотивації як таке, що повинно бути і звертають все більшу увагу на додаткові бонуси, які їм пропонує роботодавець. На сьогодні керівництво все більшого значення відводить такому мотиваційному важелю як компенсаційний пакет. Компенсаційний пакет передбачає як матеріальну, так і нематеріальну складову, тому він є найбільш дієвим інструментом впливу на працюючих. Загалом змішана мотивація має велике значення у процесах стимулювання персоналу до високоефективної діяльності. На нашу думку, за допомогою компенсаційного пакета можна вирішити такі завдання, як: контроль плинності кадрів; збільшення мотивації персоналу; збільшення показника продуктивності праці; залучення до підприємства потрібних працівників; забезпечення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; створення позитивного іміджу підприємства на ринку. Даний інструмент дозволить встановити рівновагу між інтересами керівництва та працівниками підприємства. Важливим моментом є те, що компенсаційний пакет забезпечує досить високу конкурентоспроможність підприємства. Кожний працівник підприємства обізнаний про те, за якими критеріями та оцінкам формуються складові «компенсаційного пакету». Варто відмітити, що керівництво ПОСП «Зірка» враховує співвідношення рівня заробітної плати своїх працівників у порівнянні з сусідніми підприємствами-конкурентами.

Висновки та пропозиції.

Досліджуючи мотивацію в системі управління персоналу зробити висновок, що ПОСП «Зірка» обираючи систему мотивації, неодмінно враховує потреби та інтереси працівників. Процес впровадження даної системи повинен бути спрямований на досягнення певного результату – задоволення працівників, котрі віддали своїй роботі. Обрана система мотивації повинна стимулювати окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства.

Список використаних джерел.

1. Волевач Л. М. Використання мотивації у практичному менеджменті. / Л. М. Волевач. – К.: Наука і економіка, 2009. – 355 с.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. / А. М Колот. – К: КНЕУ, 2002. - 337 с.

ВПЛИВ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА СИСТЕМУ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНТРОЛЮ

Н. М. Савченко, к. е. н., доцент

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах розвитку постіндустріальної економіки, яка характеризується виникненням нових явищ в сфері технологій, комунікацій змінюються підходи до функціонування підприємства та відносин до людини. Людина стає ключовим ресурсом сучасних підприємств і розглядається як носій капіталу. За цих умов особливого значення набувають питання вивчення особливостей людського капіталу, який уособлює в собі сукупність продуктивних здібностей, знань та вплив його на функціонування системи управлінського контролю.

Дослідження окремих аспектів впливу людського капіталу на систему контролю здійснювались такими зарубіжними та вітчизняними вченими як: О. Бородіною, Н. Єсіною, Р. Капелюшниковим, Л. Тарасевич, Г. Беккер, В. Боуен, Є. Дженісон, Т. Шульц, М. Добією, Е. Брукінг, Т. Давидюк, Л. Едвінсоном, Р. Германссоном, М. Козиревим, О. Корицьким, С. Легенчуком, Л. Нападовською, І. Яремко. Проте більшість питань впливу людського капіталу на систему контролю залишаються досі невирішеними та потребують подальших досліджень.

Результати дослідження. Одним із завдань управлінського контролю є удосконалення системи управління та підвищення ефективності, результативності її діяльності в підприємстві. Отже, в якості об'єкта управлінського контролю може бути виділена в загальному управлінська діяльність. Так як управлінська діяльність здійснюється за допомогою людських ресурсів, відповідно вони мають безпосередній вплив на систему управлінського контролю. Вплив людських ресурсів на систему контролю, можна розглядати з двох позицій: діяльності людських ресурсів та якості людських ресурсів.

З точки зору управління персоналом, конотація сучасного менеджменту людських ресурсів є процесом, придбання, інтегрування, підтримки, мотивування, коригування управління та розвитку людських ресурсів [1]. Під час цього процесу, управлінський контроль можна розглядати як з позиції власне події, так і з позиції власне людини. Розгляд управлінського контролю з позиції події стосується працівників підприємства, як об'єктів витрат, який розглядає їх як інструмент, що дозволяє зосередитись на вхідних ресурсах, їх використанні в процесі виробництва та власне одержанні готової продукції. При цьому управлінський контроль в більшій мірі набуває ознак статичного контролю. Ця позиція притаманна в більшості випадків для підприємств бюджетної сфери та комунальної власності, а також підприємствам, що мають багато регулярних формальних засобів контролю.

Розгляд управлінського контролю з позиції власне людини, вивчає працівника як цінний ресурс. При цьому звертається увагу на задоволення потреб, особистісного розвитку кожного співробітника, підкреслюється важливість мотиваційних важелів та індивідуального професійного розвитку. Управлінський контроль більше зорієнтовується на організаційну культуру та на процедури неформального контролю. Ця позиція притаманна в більшості випадків приватним підприємствам, фермерським господарствам тощо.

З точки зору впливу якості людських ресурсів на систему управлінського контролю до уваги необхідно приймати як професійні, так і моральні якості - основні аспекти вимірювання людського ресурсу. При цьому потрібно враховувати, що моральні якості можуть спонукати працівників «робити правильні речі», а це в свою чергу буде визначати рівень узгодженості в очікуваннях працівників і керівництва, а професійна якість може гарантувати, що співробітники «виконують роботу правильно», а це визначає рівень узгодженості в очікуваннях працівників і керівництва на виході. За таких умов підприємству, в свою чергу, буде легше адаптуватись до умов функціонування системи управлінського контролю та замінити жорсткі обмеження на методи неформального контролю.

Ефективність у сфері управління та контролю турбує сьогодні безліч людей по всій планеті. Так, одні прагнуть підвищити свій професіоналізм, інші бажають досягти найвищих результатів тощо. Як би там не було, проблема лідерства стосується абсолютно будь-якої сфери життя і діяльності. Що ж стосується безпосередньо моделей лідерства, то їх на сьогоднішній день існує чимало. Однією з найбільш інтересних та ефективних є модель ефективного керівництва Фреда Фідлера. Дана модель, яка також відома як ситуаційна модель, ґрунтується на тому, що результативність діяльності колективу залежить здебільшого від того, наскільки кожна окремо взята ситуація дає можливість керівнику здійснювати контроль над своїми співробітниками і впливати на їх роботу.

Основною ідеєю даної моделі є те, що найбільшу ефективність в різних умовах будуть мати різні стилі керівництва. У зв'язку з цим, було визначено кілька стилів керівництва і різні ситуації, а також складені найоптимальніші комбінації цих двох складових. Таким чином, при побудові системи управлінського контролю та її подальшому функціонуванні необхідно також враховувати і стиль керівництва.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Побудова та функціонування системи управлінського контролю в підприємстві не відокремлені від системи внутрішнього середовища. Зміна умов середовища призводить до змін і системи управлінського контролю. При побудові системи управлінського контролю необхідним є врахування особливостей людського капіталу суб'єкта господарювання. Така необхідність викликана тим, що на кожному підприємстві акценти функціонування системи управлінського контролю може відрізнятися.

Список використаних джерел

1. Корольок Н.М. Сучасні концепції обліку людського капіталу / Н.М. Корольок // Вісник Хмельницького національного університету, серія: економічні науки - 2010. - № 1. т. 2. – С. 15-20.
2. Савченко Р.О. Конотація управлінського контролю / Р.О. Савченко // "Інвестиції: практика та досвід". - 2015 № 18, С 33-36.
3. Тонюк М. О. Удосконалення процесу управління персоналом підприємства [Електронний ресурс] / М. О. Тонюк // Економіка і управління. - 2011. - № 4. - С. 61-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2011_4_13

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ЖИТОМИРЩИНИ

О. Профатілова, магістрантка*

Постанова проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В період глобалізації ринків продовольства та прагнення аграрного сектора економіки України інтегруватись у європейську систему господарювання виникає необхідність пошуку нових шляхів підвищення економічної ефективності функціонування сільськогосподарських товаровиробників молочної продукції, так як вони в даних умовах виявилися найменш захищеними. Причиною такого стану галузі є сама специфіка виробництва тваринницької продукції, яка потребує значних фінансових затрат на створення готової продукції, а з іншої сторони неврегульований механізм ціноутворення в галузях виробництва, переробки, та реалізації, який веде до нерентабельності виробництва молока, та отримання прибутків сферами переробки та реалізації.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми ефективності виробництва молока в господарствах з різними формами власності та господарювання, диспаритету цін між сільським господарством і промисловістю, між виробниками молока та переробними підприємствами, розвиток внутрішнього ринку молока, експортно-імпортних відносин, формування сировинних зон молокозаводів, експортного субсидування молочних продуктів знайшли своє відображення у наукових працях українських учених: Андрійчука В.Г., Березівського П.С., Борщевського П.П., Зимовця В.Н., Губського Б.В., Калінчика М.В., Кваші С.М., Крисального О.В., Лисецького А.С., Макаренка П.М., Микитюка В.М., Мостенської Т.Л., Омеляненка А.А., Пархомця М.К., Пасхавера Б.Й., Саблука П.Т., Стельмашука А.М., Трегобчука В.М., Шпичака О.М. та інших. Наукові дослідження цих учених висвітлюють окремі аспекти розвитку галузі молочного скотарства, міжгалузевих та економічних взаємовідносин у складній інтеграційній системі «виробництво-переробка-реалізація молочної продукції» тощо. Концепція вдосконалення функціонування механізму молочного підкомплексу, окремі проблеми та основні їх напрями розроблені ними досить повно, при цьому залишається багато аспектів вирішення тих чи інших питань в низових ланках на конкретних місцях (господарство, район, область).

Метою даної публікації є дослідження сучасного стану та шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції молочного скотарства Житомирщини в сучасних умовах. *Предметом дослідження* є теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку молочного скотарства з метою підвищення економічної ефективності галузі в цілому. *Об'єктом дослідження* є процес та проблеми розвитку молочного скотарства у Житомирській області.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Від нормального функціонування ринку молока в Україні залежить стабільність економіки держави та життєвий рівень населення. На сьогоднішній день ринок молока та молокопродукції знаходиться в досить

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

несприятливій ринковій ситуації, обумовленій дією негативних чинників, основними з яких є зниження обсягів виробництва молочної сировини та молокопродукції; збільшення кількості й частки дрібних виробників; низька платоспроможність населення; малорозвинена інфраструктура ринку; зруйнована система організованої торгівлі, що призвело до формування стихійних ринків; докорінна зміна механізму ціноутворення ціни на молочну продукцію-високі для споживачів і дуже низькі для товаровиробників, які не забезпечують навіть відшкодування втрат.

За даними Головного управління статистики у Житомирській області в 2015 р. індекс обсягу виробництва продукції тваринництва порівняно з 2014 р. становив 103,5 %, у т.ч. в аграрних підприємствах – 103,1 %, господарствах населення – 103,6% [4]. Виробництво основних видів продукції тваринництва за 2015 р. характеризується такими даними (табл.1).

Таблиця 1

Виробництво продукції тваринництва в Житомирській області

Продукція	Усі категорії господарств		Сільсько-господарські підприємства		Господарства населення		Частка господарств населення у загальному виробництві, %	
	2015р.	2015р. у % до 2014р.	2015р.	2015р. у % до 2014р.	2015р.	2015р. у % до 2014р.	2015р.	2014р.
М'ясо (реалізація худоби та птиці на забій у живій вазі), тис.т	82,3	104,3	16,7	114,4	65,6	102,0	79,7	81,5
Молоко, тис.т	587,3	99,6	101,7	102,1	485,6	99,1	82,7	83,1
Яйця, млн.шт.	589,6	98,2	57,9	71,3	531,7	102,4	90,2	86,5

Джерело: Розраховано за даними Головного управління статистики у Житомирській області

Господарствами всіх категорій порівняно з 2014 р. збільшено обсяги виробництва м'яса на 3,4 тис. т (на 4,3%). Натомість, вироблено менше молока на 2,4 тис. т (на 0,4%) та яєць – на 11,0 млн. шт. (на 1,8%). У сільськогосподарських підприємствах виробництво м'яса зросло на 14,4% (на 2,1 тис. т), молока – на 2,1 % (на 2,1 тис. т. У господарствах населення спостерігався приріст виробництва м'яса на 2,0%, яєць – на 2,4%, проте молока надоєно менше на 0,9 %.

У структурі реалізації худоби та птиці на забій аграрними підприємствами частка великої рогатої худоби становила 39,4% (у 2014р. – 49,6%), свиней – 51,0% (42,7%), птиці – 9,5% (7,5%), овець та кіз – 0,1% (0,2%). Сільськогосподарськими підприємствами у 2015р. порівняно з 2014р. збільшено обсяг вирощування худоби та птиці на 18,8%, у т.ч. птиці – у 2,1 раза, свиней – на 30,2%. Водночас обсяги великої рогатої худоби зменшились на 4,0%. Середньодобові прирости великої рогатої худоби на вирощуванні, відгодівлі та нагулі знизились на 3,2%, свиней – зросли на 17,0% і становили 460 г та 516 г відповідно. Відношення загального обсягу вирощування худоби та птиці до реалізації тварин на забій у 2015р. склало 95,8% (у 2014р. – 91,6%).

Середній надій молока від однієї корови (у розрахунку на середнє поголів'я корів) у сільськогосподарських підприємствах (крім малих) збільшився порівняно з 2014р. на 403 кг (на 10,7%) і становив 4158 кг. За розрахунками, станом на 1 січня 2016 р. чисельність сільськогосподарських тварин характеризується такими даними (табл. 2).

Таблиця 2

Середньорічне поголів'я тварин у Житомирській області станом на 1 січня, тис.

голів

Види тварин	Усі категорії господарств			Сільськогосподарські підприємства			Господарства населення		
	2016р.	2016 р. до 2015 р.		2016р	2016р. до 2015р.		2016 р.	2016р. до 2015р.	
		+, -	%		+, -	%		+, -	%
Велика рогата худоба	177,9	-5,9	96,8	57,4	-5,3	91,5	120,5	-0,6	99,5
у т.ч. корови	111,6	-7,5	93,7	24,9	-2,8	89,9	86,7	-4,7	94,9
Свині	160,6	-19,0	89,4	56,0	4,0	107,7	104,6	-23,0	82,0
Вівці та кози	27,0	1,8	107,1	5,0	0,6	113,6	22,0	1,2	105,8
Птиця всіх видів	6690,9	312,9	104,9	548,8	22,0	104,2	6142,1	290,9	105,0

Джерело: Розраховано за даними Головного управління статистики у Житомирській області

Порівняно з 1 січня 2015 р. в усіх категоріях господарств поголів'я великої рогатої худоби знизилася на 3,2 %, корів – на 6,3 %, свиней – на 10,6 %. Натомість чисельність птиці зросла на 4,9 %, овець і кіз – на 7,1 %. Поголів'я великої рогатої худоби, що утримується у сільськогосподарських підприємствах, у 2015 р. зменшилось на 8,5 %, у т.ч. корів – на 10,1 %. Водночас збільшилось поголів'я свиней на 7,7 %, птиці – на 4,2 %, овець і кіз – на 13,6%.

У господарствах населення чисельність великої рогатої худоби зменшилась на 0,5 %, корів – на 5,1 %, свиней – на 18,0 %. Станом на 1 січня 2016 р. населенням утримувалось 67,7% загальної чисельності великої рогатої худоби (на 1 січня 2015 р. – 65,9 %), у т.ч. корів – 77,7 % (76,7%), свиней – 65,1 % (71,0 %), овець і кіз – 81,5 % (82,5 %) [4].

В Житомирській області в наслідок глибоких соціально-економічних перетворень на селі, створення нових організаційно-правових форм господарювання на засадах приватної власності на засоби виробництва і землю, на тлі масового зменшення поголів'я ВРХ у суспільному секторі відбулась консервація чисельності корів у господарствах населення, що створило певні організаційно-економічні умови що відтворення молочного стада і формування ринку молока і молокопродуктів. Істотним недоліком в організації виробництва молока в особистих селянських господарствах (ОСГ) є обмеженість застосування технічних засобів у сферах приготування кормів, прибирання приміщень, постійного доступу тварин до водних джерел, що призводить до збільшення затрат праці, зниження її продуктивності, погіршення якості продукції [2].

Для більш повного уявлення про діяльність сільськогосподарських товаровиробників молока в області, розробки шляхів стабілізації галузі у контексті аграрної орієнтації внутрішньої та зовнішньої політики України та вступу до СОТ й прогнозування рівня якості молокопродукції на перспективу, нами було проведено SWOT-аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища їх функціонування, виявлено найбільш реальні можливості та загрози (табл. 3).

SWOT-аналіз (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* – відповідно, сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози) є однією з найчастіше застосовуваних моделей стратегічного аналізу, який дає змогу охопити максимально широке коло аналітичних показників, що характеризують економічний стан галузі молочного скотарства. Результати SWOT-аналізу дозволяють створити початкову інформаційну базу для її наступної обробки, дають змогу адекватно оцінити рівень розвитку галузі

молочного скотарства, виявити конкурентні переваги та визначити напрямки дальшого прикладання зусиль щодо зростання економічної ефективності виробництва молока та поліпшення його якості.

Таблиця 3

Характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища товаровиробників молока на Житомирщині

Зовнішнє середовище Характеристика товаровиробників	Можливості	Загрози
	1. Вступ України в СОТ. 2. Розвиток страхування в сільському господарстві. 3. Відродження сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. 4. Широкий асортимент ринку зарубіжної техніки. 5. Пожвавлення процесу кредитування у сільському господарстві.	1 Інфляційні процеси. 2. Зростання соціально-політичної нестабільності. 3. Високий рівень конкуренції. 4. Мінливість і недосконалість нормативно-правової бази. 5. Диспаритет цін на с.-г. і промислову продукцію.
Сильні сторони	Поле СіМ	Поле СіЗ
1. Сприятливі природно-кліматичні умови. 2. Повністю забезпечений внутрішній попит на продукцію і висока достатність споживання. 3. Високий рівень економічної ефективності виробництва в підприємствах з високим рівнем концентрації поголів'я. 4. Наявність племзаводів та племрепродукторів.	1. Збільшити обсяги виробництва продукції. 2. Впровадити у виробництво сучасні технології виробництва молока 3. Зберегти систему забезпечення як с.-г підприємств, так і ОСГ якісним матеріалом для штучного осіменіння. 4. Активізувати маркетингову діяльність.	1. Участь ОСГ у створенні сільськогосподарських обслуговуючих молочарських кооперативів (СОК). 2. Налагодити зв'язки товаровиробників з переробними підприємствами. 3. Співпраця з науково-дослідними установами, селекційно-генетичними центрами.
Слабкі сторони	Поле СлМ	Поле СлЗ
1. Концентрація виробництва молока в особистих селянських господарствах. 2. Фізичний і моральний знос матеріально-технічних засобів та обладнання молочнотоварних ферм. 3. Висока трудомісткість виробництва продукції. 4. Погіршення племінного стану поголів'я ВРХ. 5. Відсутність ефективної системи реалізації продукції в ОСГ	1. Сформувати відділи маркетингу в сільськогосподарських підприємствах. 2. Перекваліфікація кадрів з метою можливості працювати за новітніми технологіями. 3. Можливість взяття кредитів для оновлення МТБ. 4. Створення ефективної системи мотивації та стимулювання праці.	1. Модернізація техніки, придбання СОК холодильних установок, доїльних апаратів. 2. В с.-г. підприємствах створити служби маркетингу. 3. Здешевлення штучного осіменіння тварин для власників ОСГ. 4. Шляхом страхування ризику зменшити загрозу виникнення збитків.

Джерело: власні дослідження

Висновки. Отже, не зважаючи на те, що основними виробниками молока в Україні є господарства населення, сільськогосподарські підприємства у цій галузі досягли високого рівня прибутковості. Збільшення виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах різних організаційно-правових форм господарювання та покращання його якості в ОСГ є одним із напрямів формування ефективної організаційної структури товаровиробників галузі. А приєднання України до СОТ розширить експортні можливості вітчизняних виробників молока і одночасно обумовить появу нових видів ризиків. Крім того розбіжність у формах реалізації політики протекціонізму, прийнятої в Україні і дозволеної в межах СОТ, можуть призвести до зниження конкурентоспроможності молока.

Використана література

1. Осташко Т.О. Переваги і ризики від вступу України до СОТ для сільського господарства та сільського населення України: аналітичні оцінки // Ефективне тваринництво. – 2007. – № 1. – С. 8-12.
2. Погребняк І. І. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового підкомплексу / Погребняк І. І. // Інноваційна економіка. – №1. – 2011. – С. 88-92.
3. Про затвердження галузевої Програми розвитку молочного скотарства України до 2015 року: Наказ Міністерства аграрної політики України від 10.12.2007 р. №886/128. – Режим доступу: [http:// www.ligazakon.ua](http://www.ligazakon.ua).
4. Про соціально-економічне становище Житомирської області за 2015 рік: економічна доповідь / Головне управління статистики у Житомирській області. – Житомир, 2016. – 50 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

М. М. Будківська, магістрант^{*}

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси в економіці спричинили суттєві зміни у збутовій політиці підприємств. Це зумовило необхідність вибору тих чи інших каналів розподілу продукції, адже місце виробництва продукції і місце її споживання не завжди збігаються, у часі ці процеси також не відбуваються безпосередньо один за одним. Рациональний розподіл виготовленої продукції для товаровиробників становить певну проблему, оскільки пов'язаний із забезпеченням йому переваги над конкурентами. Крім цього, витрати на розподіл продукції постійно зростають, вважається, що в окремих випадках вони сягають понад 50% роздрібної ціни готової продукції. Тому актуальною нині є проблема визначення теоретичних та практичних підходів до формування ефективної збутової політики, вибору каналу

^{*} Науковий керівник – д. е. н. О. В. Скидан

розподілу продукції, а також посередників, які спроможні створювати умови для досягнення товаровиробником поставлених цілей тощо.

Аналіз останніх досліджень. Наукові основи збутової політики досліджені такими зарубіжними науковцями як П. Дойль, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, Л. Штерн та ін. Методологічним основам проблеми дослідження були також присвячені праці українських авторів таких як Л.В. Балабанова, А.В. Войчак, С.С. Гаркавенко, В.Г.Герасимчук, О.О. Ком'яков, А.І. Кредисов, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна та ін. Однак незважаючи на це окремі питання все ж залишаються не до кінця вирішеними.

Основний матеріал. Збут є завершальною стадією всієї виробничо-комерційної діяльності підприємств і виконує одну з найважливіших функцій, що забезпечує маркетингову орієнтацію підприємств – функцію зворотнього зв'язку. В сучасній економічній літературі поняття «збут» і «збутова політика» дуже часто ототожнюються. Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні. В широкому розумінні це поняття означає процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника та закінчуючи передачею товару покупцеві. Вузьке трактування збуту характеризує безпосереднє спілкування продавця й покупця. Таким чином, збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку.

Згідно з визначенням С. Гаркавенко, «збутова політика розподілу – це діяльність фірми щодо планування, реалізації та контролю руху товарів від виробника до кінцевого споживача з метою задоволення потреб споживачів та отримання фірмою прибутку» [2, с. 365]. Як вважає Балабанова Л.В., збутова політика – це сукупність взаємопов'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективного продажу [1, с. 19]. Збутова політика формується на базі збутового потенціалу підприємства і цілей збуту, встановлених як на стратегічному, так і тактичному рівнях. Економічні цілі збутової діяльності спрямовані на максимізацію прибутку, і їх досягнення можливе за умови вдалої реалізації таких задач у сфері збутової діяльності: збільшення ринкової частки підприємства; максимізація збуту і на цій підставі – прибутку підприємства при більш повному задоволенні попиту споживачів; ефективне використання збутового апарату підприємства; вибір раціональних каналів розподілу; мінімізація сукупних витрат у господарському циклі товару, розраховуючи витрати з післяпродажного обслуговування і сервісу; раціональна поведінка на ринку з урахуванням нестійкої кон'юнктури тощо.

Збутова політика є як процесом розподілу виробленої підприємством продукції, так і процесом післяпродажного обслуговування. Маркетингова політика, у свою чергу, включає як функції збутової діяльності, так і процес заохочення покупців до придбання товару, а також процес створення товарів і послуг, орієнтованих на потреби споживачів. Тому слід мати на увазі, що маркетингова діяльність є більш ширшою, аніж збутова. Діяльність підприємства у сфері збуту повинна бути підпорядкована визначеним цілям. По-перше, повинна забезпечувати доставку вироблених товарів у необхідній кількості у таке місце та час, які більше всього задовольняють споживачів. По-друге, сприяти залученню уваги споживачів до продукції підприємства.

Головна мета збутової політики – це максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів конкурентоспроможною продукцією за для отримання підприємницького прибутку в поточному періоді та в майбутньому, спрямоване на довготривалу ринкову стійкість організації через створення позитивного іміджу на ринку та визнання з боку громадськості. Основними цілями збутової

політики є: досягнення визначеної частки товарообороту; захоплення визначеної частки ринку; визначення глибини розподілу; мінімізація витрат на розподіл.

Основними складовими елементами збутової політики виділяють наступні [3]:

- 1) збутові стратегії маркетингу;
- 2) принципи організації збутової діяльності;
- 3) регламентна політика;
- 4) товарна політика;
- 5) цінова політика;
- 6) політика товароруху (розподілу);
- 7) політика комерційного кредитування;
- 8) інкасаційна політика, під якою маються на увазі принципи в сфері погашення дебіторської заборгованості;
- 9) політика транспортування;
- 10) організаційні аспекти збуту.

Формування ефективної збутової політики є однією з невід'ємних умов досягнення успіху, тому при розробці потрібно врахувати її динамічний характер, постійне змінне середовище функціонування, нові методи просування та методи управління. Система збуту повинна бути адаптивною та гнучкою, коригуватися відповідно до потреб споживачів та вимог ринку.

Висновки. Підсумовуючи, можна сказати, що такі поняття, як «збут», «збутова політика», їх ретельне планування та досягнення їх цілей призводить підприємство до отримання прибутку та задоволення потреб споживачів. Збутова політика охоплює весь рух товару до споживача з моменту його виробництва, містить всі заходи щодо упаковки продукції, супроводження, управління збутом, зберігання на складі готової продукції, складське господарство для готової продукції, транспортування продукції до складу споживача, транспортне господарство для перевезення готової продукції, а також містить сукупність заходів, що застосує продавець для стимулювання і підвищення ефективності збуту.

Список використаної літератури:

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою. навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко. – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Котлер Ф.: пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой. – М.: ООО «Изд-во» АСТ», 2000. – 272 с.

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

К. Сіхневич, магістрант*

Постановка проблеми. Для прийняття ефективних управлінських рішень в умовах динамічного розвитку ринкової економіки підприємствам аграрного сектору потрібна доцільна система інформаційного забезпечення яка об'єктивно відображає сформовану економічну ситуацію. Відповідне інформаційне забезпечення це не тільки запорука успіху та конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу, але і деколи виступає як засіб виживання в умовах жорсткої конкуренції.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз наукових праць останніх років показав, що вивчення проблем інформаційного забезпечення (ІЗ) на всіх рівнях управління становило інтереси багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників. При чому, умовно коло дослідників можна поділити на тих, хто розглядав цю категорію в суто технічному вимірі, і тих, хто досліджував її в соціальному аспекті. Серед перших – В. В. Годін, І. К. Корнєєв [1], Е. П. Голєніщев, І. В. Клименко [2], які досліджували інформаційні технології в управлінні. Велику увагу дослідники приділили основам автоматизованих систем управління, інформаційним мережам та моделюванню управління. М. Г. Чумаченко, М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток [3] розглядали цю категорію як "процес забезпечення інформацією, сукупність форм документів, нормативної бази та реалізованих рішень щодо обсягів, розміщення та форм існування інформації, яка використовується в інформаційній системі в процесі її функціонування" [3, с. 142]; В. Б. Авер'янов – як "систему руху й перетворення інформації, включаючи класифікаційні переліки всіх даних, методи їх кодування, зберігання та передачі" [4].

Основний матеріал. Останнім часом відбулися глибокі соціально-економічні перетворення в агропромисловому комплексі, що вимагає значної трансформації традиційних методів і форм інформаційного забезпечення, зміни структури і організації потоків інформації, створення умов для формування нових інформаційних систем. В основу цієї трансформації має бути покладено взаємовигідне співробітництво виробників інформації та її споживачів. Правильне використання інформації дозволяє сільськогосподарським товаровиробникам твердо зайняти ринкову нішу і вибрати найбільш раціональну організацію виробництва. Все це вказує на актуальність теми даної статті і диктує необхідність комплексного дослідження теоретичних і методичних питань ефективного інформаційного забезпечення управління АПК.

В сучасних умовах потреба в оперативній і достовірній інформації обумовлена зростанням обсягів інтеграційних процесів, ускладненням процесів взаємодії різнопрофільних підприємств АПК. Конкурентне середовище пред'являє високі вимоги до своєчасності, достовірності, релевантності, повноти, точності, структурованості інформації, без чого сьогодні неможливо здійснення виробничо-фінансової діяльності. Сьогодні роль інформації в розвитку соціально-економічних процесах пов'язано з набуттям нею перетворювального, визначального характеру [2].

Конкурентний розвиток господарюючих суб'єктів АПК в сучасних умовах неможливо без оперативного управління. Повний цикл виробничо-збутової діяльності передбачає аналіз і обробку складного інформаційного масиву взаємообумовлених і взаємопов'язаних факторів, що визначають розвиток агропромислового комплексу.

В якійсь мірі, інформаційні ресурси відіграють важливу роль у процесах функціонування і розвитку будь-якого сучасного підприємства АПК. В умовах

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

реформування аграрного сектора країни особливого значення набуває підвищення ефективності системи управління АПК на всіх його рівнях.

Управління аграрним виробництвом носить циклічний характер, що і викликає необхідність регулярного повторення управлінських актів: аналізу ситуації і постановки проблеми; вироблення і вибору варіанта управлінського рішення; організації виконання рішення; контролю; оцінки ситуації. Іншими словами, потреба в інформації для управління агропромисловими підприємствами постійна, оскільки ніяке ефективне управління неможливе без належного інформаційного забезпечення, тому що своєчасне доведення нововведень до аграрних товаровиробників, а також їх здатність приймати правильні рішення - це своєрідний ключ до виживання в умовах ринкової економіки.

Комплексне впровадження сучасної інформаційної технології дозволяє створити ефективну систему управління розвитком науки і техніки, органічно включити науково-технічний прогрес в усі економічні процеси АПК. Це забезпечує конкурентоспроможність агропромислового сектору економіки на світовому ринку, підвищує продуктивність праці у всіх сферах АПК при зниженні частки живої і матеріалізованої праці [1].

В даний час на підприємствах вже накопичено певний досвід використання комп'ютерів для обробки облікової та аналітичної інформації, створення автоматизованих робочих місць фахівців.

Висновки. Таким чином, застосування сучасних програмно-технічних комплексів і систем комунікації дозволяють багаторазово скоротити час на збір, передачу та розміщення інформації в сховищах даних, також підвищити швидкість і точність розрахунків, реалізовувати принципово нові управлінські завдання, що вимагають використання таких інструментів як нейронні мережі та імітаційні моделі, і що дозволяють врахувати чинники ризику і невизначеності при прийнятті управлінських рішень.

Список використаної літератури

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА

А. В. Козьма, магістрантка*

Постановка проблеми. Сільськогосподарські підприємства України знаходяться в умовах економічної, політичної та воєнної кризи. Основна мета їх діяльності в таких умовах – виживання на ринку в довгостроковій перспективі та отримання прибутку. Актуальним постає питання зниження собівартості виробленої продукції, забезпечити яке можна, використовуючи біодизель. Щоб ефективно здійснювати діяльність по виробництву та використанню біопалива, необхідно вивчати досвід інших країн.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням альтернативних видів палива, способів їх виготовлення та використання займалось багато вчених, серед яких: Т. В. Дмитрієва, Г. П. Домбровська, Г. М. Калетник, М. Кобець, О. Колесніченко, П. В. Пивовар, Г. М. Підлісецький, В. Г. Семенов, А. Соловйов, С. М. Уминський та

* Науковий керівник – к. е. н. П. В. Пивовар

багато ін. Незважаючи на тривалий час та значні обсяги досліджень, вивчення даної теми повинно продовжуватись і поглиблюватись.

Мета дослідження – вивчити світовий досвід виробництва та використання біопалива в світі.

Основний матеріал. Джерела альтернативної енергії передбачають використання енергії вітру (рух повітряних мас), сонця (його електромагнітне випромінювання), води (падіння води у випадку ГЕС, енергія приливів) та тепла (з надр планети). Також до альтернативних видів енергії відносять біопаливо, яке передбачає використання відновлюваних ресурсів для часткової (а з часом і повної) заміни вичерпних і обмежених ресурсів, до яких належить нафта та природний газ [2]. Класифікація біопалива зображена на рис. 1.

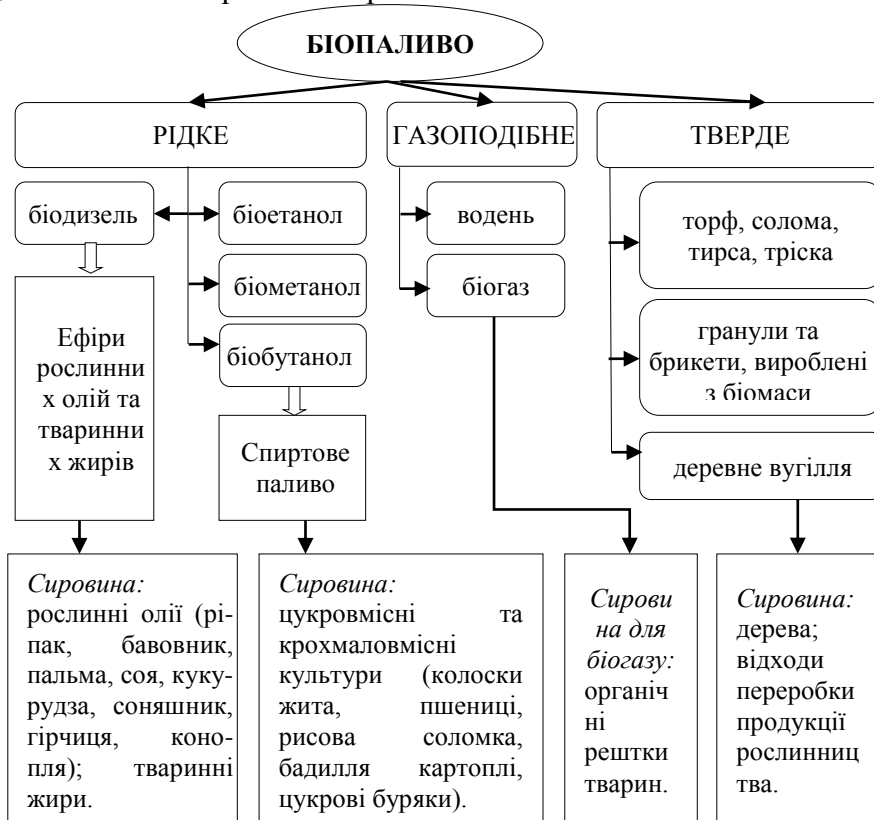


Рис. 1. Класифікація біопалива

Джерело: адаптовано відповідно до [1; 5].

Ключові історичні події, які відображають розвиток біопалива в світі представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Історичні факти про біопаливо

Дата	Подія
1	2
1853 р.	Почалось виробництво ефірів з рослинних масел (сучасна назва – «біопаливо») вченими Е. Даффі та Д. Патріком.
1880 р.	Генрі Форд створив перший двигун на чистому етанолі. Естафету він прийняв від свого попередника – нім. винахідника Ніколаса Отто, який використовував алкоголь в своєму 4-х-тактному двигуні.
1893 р.	Рудольф Дизель представив першу модель дизельного двигуна, працюючого на рослинній олії, в нім. місті Аугсбург.
1900 р.	Доктор Р. Дизель представив на ярмарці в Парижі двигун, працюючий на 100% арахісовій олії (дизельне паливо в нього почали заливати з 1913 р.).

1902 р.	На виставці в Парижі було представлено 80 авто, які в якості палива використовували біоетанол, суміш біоетанолу з бензином.
поч. XX ст.	Біоетанол широко застосовували в авіаційних бензинах (для поршневих двигунів літаків) до появи нафтопереробки.
сьогодення	Біопаливо використовують для забезпечення руху автомобілів, сільськогосподарської техніки, літаків і потягів.

Джерело: адаптовано автором на основі [6].

Лідерами у виробництві біопалива є Швеція, Німеччина, Франція, Англія, Іспанія (країни ЄС), а також Бразилія, Індія, Китай, США. Сучасний досвід виробництва та використання біопалива у світі зображено в табл. 2.

Таблиця 2

Сучасний досвід виробництва та використання біопалива у світі

Країна	Досягнення
Швеція	Перший потяг на біогазі, масове використання біопалива для автомобілів. Сировина: рослинні олії, органічні відходи тварин.
Бразилія	Найбільший виробник біоетанолу (сировина – цукрова тростина). Третина всього транспорту країни використовує альтернативне паливо.
США	Виробництво біопалива для реактивних літаків. Основна сировина – кукурудза.
Індія	Завдяки використанню біопалива в провінціях Індії з'явилися електроенергія та мобільний зв'язок.
Китай	Винайдено паливо для внутрішнього згоряння, матеріалом для якого є рисова соломка (найдешевша сировина в країні).
Індонезія Малайзія	Зелене паливо в цих країнах виробляють з кокосів і пальм.
Іспанія	Для виробництва біопалива використовують водорості. Основна сировина – виноград.

Джерело: адаптовано автором на основі [6].

Необхідність використання біопалива, стимулювання його виробництва сприяли дослідженням в цій сфері. На сьогодні є декілька технологій виробництва біопалива у світі, основні з них зображені на рис. 2. Для виготовлення біодизеля необхідно використати метилові (етилові) ефіри, рослинні жири, каталізатор (гідроксид натрію). Використовувати біопаливо можна трьома шляхами: у вигляді чистої ріпакової олії, ріпаково-метилового ефіру чи суміші ріпакової олії з дизельним паливом. В результаті хімічної реакції виділяється біодизель і водно-гліцеринова суміш, яка потім розділяється на гліцерин і воду за допомогою фільтра-вологоочисника [8].



→

Рис. 2. Шляхи отримання біопалива

Джерело: адаптовано відповідно до [3].

Технологічна схема виробництва біодизеля показана на рис. 3.

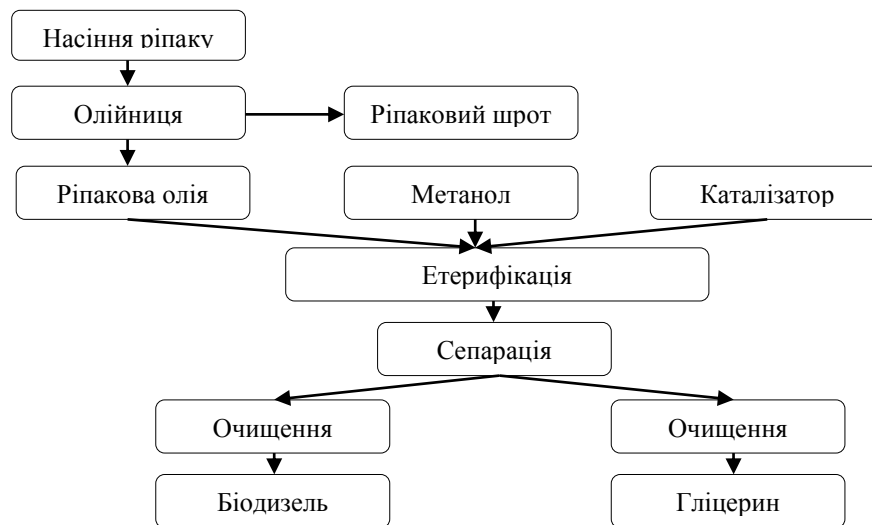


Рис. 3. Технологічна схема виробництва біодизеля

Джерело: адаптовано відповідно до [4].

Неадаптовані до використання біодизеля двигуни потребуватимуть додаткових витрат (частої зміни фільтрів). Щоб не вносити змін в конструкцію двигуна, використовують суміш ріпакової олії з дизельним паливом нафтового походження. В Німеччині вже сконструйовані двигуни, здатні працювати на чистій ріпаковій олії.

У країнах ЄС використовують дві основні схеми організації виробництва біопалива з ріпаку: французьку та німецьку. Французька система передбачає централізоване виробництво біопалива на потужних установках. Перевагами такої схеми виробництва є: зниження собівартості одиниці продукції, комплексна переробка сировини, можливість отримання більшого відсотку гліцерину для подальшого використання. Німецька система передбачає децентралізовану переробку ріпакового насіння на невеликих заводах. Її перевагами є: зменшення транспортних витрат, отримання шроту для власних потреб або доходу від його реалізації, забезпеченість паливом власного виробництва [7].

Висновки та пропозиції. В результаті проведеного дослідження можемо сформулювати ряд висновків:

1. Біопаливо є одним з альтернативних видів енергії та існує в трьох станах: рідкому, газоподібному та твердому.
2. Започаткували виробництво біопалива вчені Е. Даффі та Д. Патрік в середині XIX ст.

3. Лідерами у виробництві біопалива є Швеція, Німеччина, Франція, Англія, Іспанія, Бразилія, Індія, Китай, США.

4. Світове виробництво та використання біопалива доводить можливість його застосування в сфері транспортного забезпечення (залізничний, автомобільний, повітряний).

5. На сьогодні вже розроблені основні технології виробництва біопалива та способи його використання.

Перспективами подальших досліджень є вивчення питання формування собівартості біодизеля різного походження та обґрунтування доцільності його використання.

Список використаної літератури:

1. Ващук В. О. Особливості формування національного ринку біопалива / О. В. Ващук, М. М. Третьяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.econjournal.vsau.org/files/pdfa/851.pdf.
2. Домбровська Г. П. Альтернативна енергетика – нові інноваційні технології / Г. П. Домбровська, Т. І. Дем'яненко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/.../1_12.pdf.
3. Нетрадиционные виды получения электрической энергии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://atomas.ru/elektroen/audit23.htm>.
4. Производство биодизеля из рапса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biodieselmach.com/biodiesel_raps.htm.
5. Рекомендації щодо створення сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу для надання послуг у виробництві та реалізації біопалива в Житомирській області / [Н. М. Головченко, В. Є. Данкевич, С. В. Добрякова та ін.]; за ред. Н. А. Красноголовець. – Житомир: 2011. – 96 с.
6. Теория невероятности: биотопливо [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=ZG-FYki-s-I#t=12>.
7. Удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування ріпакового підкомплексу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archi-ve.nbu.gov.ua>.
8. Уминський С. Універсальне гідродинамічне обладнання для виробництва біодизельного палива / С. Уминський, С. Інютін // Техніка і технології АПК. – 2012. - № 6. – С. 14-16.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Я. Ю. Майстеренко, магістрант*

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Н. І. Степаненко

Постановка проблеми. Світовий досвід управління виробництвом переконує, що вирішальним чинником стабільного й тривалого функціонування різноманітних організацій, їхнього поступального розвитку є високоякісний менеджмент у широкому розумінні й менеджмент персоналу, зокрема. У ринкових умовах господарювання суттєво змінюється роль працівника, який з пасивного виконавця перетворюється на активного учасника виробництва, може й бажає брати участь в управлінні, прийнятті рішень не лише тактичного, а й перспективного значення.

Аналіз останніх досліджень. Серед наукових праць, що містять фундаментальну розробку питань, пов'язаних з теоретичними та практичними аспектами управління персоналом, слід назвати роботи таких класиків як Г. Емерсон, Д. Мак Грегор, М. Мескон, М. Туган-Барановський. Серед публікацій вітчизняних авторів необхідно відзначити дослідження О. Бородіної, Н. Гавкалової, О. Крушельницької, Е. Лібанової, Д. Мельничук, Г. Осовської, О. Скорук, Ф. Хміля, Є. Ходаківського, Г. Щокіна та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати діяльності підприємств значною мірою визначаються ефективністю управління. У сучасних умовах одним з пріоритетних напрямів зміни систем управління є розробка обґрунтованих теоретичних і методологічних положень ефективного управління, особливо на рівні підприємств. Підвищення ефективності управління є головною умовою поліпшення кінцевих результатів [2, с. 195].

На рисунку 1. представлений методичний інструментарій управління персоналом.



Рис. 1. Методичний інструментарій управління персоналом
Джерело: адаптовано [2, с. 211].

В ході проведеного дослідження було визначено, що, хоча й на ПАТ «Україна» сформована система менеджменту персоналу, керівництво та відділ кадрів дбають про інтереси працівників, про ефективну організацію праці, на підприємстві спостерігається дисбаланс на внутрішньому фірмовому ринку праці. Дисбаланс в даному випадку виник з вини кадрової і економічної служб підприємства, які не спроможні іноді передбачити наслідки ходу виробничого та соціального процесу.

Упереджувальним заходом щодо забезпечення ПАТ «Україна» відповідним персоналом у кількості та якості служить маркетинг внутрішньофірмового ринку праці, тобто сукупність управлінських методів і відносин, які поєднують у єдине ціле основні функції стосовно внутрішньофірмового врівноваження попиту і пропозиції робочої сили, забезпечення поліпшення її якості та підвищення конкурентоспроможності.

Основне місце займають стратегічні проблеми управління персоналом на підприємстві. Цей процес стає цілісною системою. Кадрова політика суцільно суміщується з концепцією розвитку підприємства і виражається в комплексі її галузей, які подані на рисунку 2.



Рис. 2. Складові кадрової політики для подолання дисбалансу на внутрішньофірмовому ринку праці

Джерело: [власна розробка].

Такі складові кадрової політики спрямовані на забезпечення надійного маркетингу на внутрішньофірмовому ринку праці та є регулятором, який створює передбачуваність процесів найму і звільнень. Окрім кадрових змін, підприємству необхідно покращити фінансово-економічне планування, згідно якого і визначається додаткова потреба в персоналі чи певне вивільнення працівників.

Однією з проблем, з якою стикаються працівники відділу кадрів ПАТ «Україна» – це нестача професійних кадрів на ринку праці. Тому дуже важливо використовувати найбільш ефективні підходи щодо професійного підбору кадрів, по-перше, для того щоб знайти і відібрати серед багатьох претендентів саме кваліфіковані і професійні кадри, і, по-друге, прикласти максимум зусиль і професійних навичок для того, щоб зацікавити таких потенційних співробітників. Робота саме в цих напрямках обумовлена наступним. Сьогодні саме капітал стає дешевше, а люди дорожче.

Враховуючи специфіку діяльності підприємства слід сказати, що ситуація на сучасному ринку праці в цілому говорить не про відсутність робочих місць, а про дефіцит кваліфікованих кадрів. Тому основною конкурентною перевагою ПАТ «Україна» в найближчі роки повинна стати здатність залучати й утримувати кращих людей. На нашу думку, перш за все, необхідно подумати про свій імідж на ринку праці. ПАТ «Україна», на перший погляд, володіє позитивним іміджем на ринку праці, має безспірну перевагу перед іншими, і це, звичайно, сприяє природному притоку резюме кваліфікованих спеціалістів.

Загалом, для підвищення рівня кадрового потенціалу працівників, необхідно звернути увагу на таке. Потрібно створити таку систему кадрової роботи, яка може забезпечувати науково-обґрунтований підбір, навчання і виховання кадрів. Ця система формується з урахуванням конкретних умов виробництва, вимог науково-технічного прогресу, завдань підвищення ефективності виробництва і якості праці.

Важливе значення в управлінні персоналом відіграє й система оцінки працівників підприємства, адже лише кваліфікований персонал сприяє досягненню організацією своїх поставлених цілей. В цілому, система оцінювання персоналу у ПАТ «Україна» є налагодженою, проте, як зазначалося вище, недоліком цієї системи є те, що

атестації підлягають не всі працівники, а лише окрема категорія. На жаль, використати дану обставину майже неможливо, адже більшість працівників пов'язані між собою по принципу «знайомства». Проте також можна порекомендувати й вдаватися до застосування й іншого методу оцінювання, окрім атестації. Так, наприклад, ПАТ «Україна» було б корисним перейняти досвід оцінки персоналу зарубіжних компаній та розробити власну систему оцінювання працівників.

Наприклад, підприємству можна порекомендувати проводити перевірку знань своїх працівників у вигляді тестування. Для цього кадровою службою заводу розробляється перелік питань, що стосуються конкретного напрямку роботи ПАТ «Україна», тобто кожен тест повинен розроблятися для конкретного працівника. Дуже корисно, якщо оцінюванням персоналу підприємства будуть займатися сторонні особи, які зовсім не пов'язані з керівництвом підприємства. Рекомендується проводити тестування за межами підприємства, на нейтральній стороні.

Також кадрова служба підприємства повинна розробити критерії оцінки персоналу, згідно з якими працівники, за результатами тестування, потрапляють, наприклад, до категорії А, Б, В. Працівники, що потрапили до категорії А, мають найвищий рівень компетентності та можуть претендувати, наприклад, на підвищення заробітної плати, отримання премій, мають можливості кар'єрного росту. Працівники, що потрапили до категорії Б, потребують підвищення кваліфікації тощо. Працівники підприємства з категорією В, наприклад, не мають жодних можливостей щодо просування по службі чи можуть бути зовсім звільнені з роботи. Такий підхід щодо оцінювання персоналу ПАТ «Україна» надасть змогу відсіяти низькокомпетентних працівників підприємства або понизити їх в посаді, а замість того, залучити працівників з високим рівнем знань відповідної роботи.

Удосконалення професійного підбору кадрів, створення системи оцінки й атестації персоналу у ПАТ «Україна» – заходи, які дозволять удосконалити механізм управління персоналом. Персонал, будучи однією із значних статей витрат для підприємства, одночасно є джерелом найбільшого потенціалу для успішності підприємства. Отже, підприємство повинно бути зацікавлене в одержанні найбільшої віддачі від працівників, тому рівень мотивації персоналу і те, як працівники служби управління персоналом будуть працювати з мотивацією своїх співробітників, є критично важливою умовою для досягнення успіху.

Важливим елементом системи управління персоналом є професійне навчання персоналу, яке знаходить останнім часом на низькому рівні. Тому, основним напрямом удосконалення механізму управління персоналом, який є основою для подальших змін, є пошук джерел фінансування розвитку кадрового потенціалу. Основним джерелом фінансування розвитку кадрового потенціалу для ПАТ «Україна» доцільно запропонувати виділення частки з прибутку. Також, підприємству пропонується звернути увагу на поєднання навчання працівників на робочому місці та поза робочим місцем, що збільшить ефективність від навчання.

Окрім цього, доцільно відмітити, що сучасна організаційна структура відділу кадрів не відповідає потребам ПАТ «Україна», адже підприємство має велику кількість працівників. Так, у відділі працює дві особи, на які покладено дуже велика кількість завдань щодо управління персоналом, організації та нормування праці. Виходячи з цього, доцільно запропонувати підприємству залучення нових працівників, які б перейняли на себе певну частину функцій, наприклад інспектора з організації і нормування праці чи інспектора з розвитку персоналу.

Висновки. Всі запропоновані заходи удосконалення системи менеджменту персоналу досліджуваного підприємства повинні охоплювати всі категорії персоналу, адже всі вони спрямовані на покращення не тільки системи менеджменту персоналу, а й діяльності підприємства загалом. В першу чергу дані заходи необхідно застосовувати для робітників, адже саме вони приймають участь у виробничому процесі, від

організації якого і залежить кінцеві результати діяльності підприємства. Тому, правильно організована система управління персоналом повинна стимулювати їх до успішного виконання покладених на них обов'язків, що в свою чергу призведе до підвищення продуктивності їх праці. Якщо вищеперераховані заходи будуть реалізовані на підприємстві, покращиться система управління персоналом, і, відповідно, зросте ефективність трудової діяльності.

Список використаних джерел

1. Баксалова О.М. Формування ефективної системи мотивації праці на підприємстві / О.М. Баксалова // Вісник Хмельницького національного університету 2009. – №6. – Т. 3. – С. 194-197.
2. Гамова О. В. Управління персоналом суб'єкта господарювання в системі сучасного менеджменту / О.В. Гамова // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 211-212.
3. Ганза І. В. Теоретико-методичні аспекти впливу управління персоналом на ефективність системи управління підприємством / І. В. Ганза // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 1(19). – С. 98-103.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

О. І. Бурківська, магістрант*

Актуальність теми. На сучасному етапі функціонування ринкової економіки в Україні особливої актуальності набувають питання підвищення ефективності використання і відтворення продуктивного потенціалу сільськогосподарських земель. Кардинальні зміни земельних відносин, які склалися за час здійснення земельної реформи в нашій країні, визначили новий характер і зміст соціально-економічних проблем землекористування: утворення нової земельної власності, її поділ і збільшення, передача прав на земельні ділянки (паї) землекористувачам, передача земель в оренду, впорядкування земельної власності з ліквідацією недоліків, охорона земель і раціональне землекористування. Виникла потреба максимального задоволення економічних інтересів землевласників і землекористувачів, найбільш повного й ефективного використання виробничого потенціалу господарств і закріплених за ними земель, при суворому дотриманні особливих режимів і умов використання земельних ресурсів. Однак ці передумови не реалізуються автоматично.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні і практичні аспекти використання земельно-ресурсного потенціалу аграрних підприємств в умовах трансформації земельних відносин та заходи збереження і відтворення земельних ресурсів знайшли своє відображення в працях відомих вчених таких як: В.М. Будзяка, Д.С. Добряка, А. С. Даниленка, Л.Я. Новаковського, П.Т. Саблука, А.М. Третьяка, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина та інших. Однак, вдосконалення механізму раціонального використання земельних ресурсів й обґрунтування системи заходів з відновлення їх продуктивності потребує постійних досліджень.

Результати дослідження. Земельні ресурси є основою матеріального і духовного виробництва. Від характеру і рівня ефективності використання землі залежить розвиток продуктивних сил, масштаби виробництва і матеріальне

* Науковий керівник – д. е. н., професор Є. І. Ходаківський

благополуччя народу. Саме в процесі здійснення господарської діяльності господарюючими суб'єктами передбачається ефективне поєднання великої кількості організаційних, земельних, трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Даний ефект вимірюється шляхом співставлення отриманого результату з витратами живої і уречевленої праці на його досягнення. Якість і обсяг виробленої продукції, продуктивність праці, рівень собівартості корінним чином впливають на фінансові результати діяльності підприємства. Ефективність використання земельних ресурсів розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1

Ефективність використання земельних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах Червоноармійського району

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2012 р.(+,-)
1. Натуральні				
Урожайність з 1га, ц:				
зернових	15,1	10,0	17,9	2,8
ріпак	8,6	5,2	8,5	-0,1
Вироблено на 100 га ріллі, ц				
зерна	992,1	472,3	954,2	-37,9
ріпаку	37,8	18,2	30,8	-7,0
м'яса свиней	1,2	3,4	1,9	0,7
Вироблено на 100 га с.-г. угідь, ц				
молока	152,5	167,0	122,5	-30,0
м'яса ВРХ	22,4	20,4	14,9	-7,5
2. Рівень розораності земель, %	97,0	97,0	95,0	-2,0
3. Вартісні:				
Одержано на 100 га с.-г. угідь, тис.грн.:				
валової продукції в постійних цінах 2010 р.	132,4	129,0	154,3	21,9
товарної продукції	107,3	103,1	135,4	28,1
прибуток(+), збиток(-)	-10,4	2,1	19,7	30,1

За даними таблиці 1 спостерігається збільшення урожайності зернових на 2,8 ц/га, водночас у розрахунку на 100 га ріллі виробництво зерна зменшилося на 37,9 ц. Урожайність ріпаку залишається на рівні 8,5 ц /га, але на 100 га ріллі, даний показник зменшився на 7,0 ц. Відбувається зменшення молока на 30 ц та м'яса ВРХ на 7,5 ц. Втім, валової продукції на 100 га с.-г. угідь сільськогосподарськими підприємствами Червоноармійського району одержано більше на 21,9 тис. грн., товарної на – 28,1 тис. грн. та зростання прибутку на 30,1 тис. грн. Така ситуація пояснюється зростанням реалізаційних цін на сільськогосподарську продукцію. В цілому, ефективність використання земельних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах Червоноармійського району залишається низькою.

Сільськогосподарські підприємства Червоноармійського району знаходяться в складній ситуації. Виходом з цього може бути більш ефективне використання земельних ресурсів, введення сівозмін, внесення добрив, що призвели б до збільшення урожайності культур, введення в сівозміну нових сортів культур. Особливого значення в умовах інтенсифікації сільськогосподарського виробництва має внесення мінеральних і органічних добрив на 1 га земельної площі. Так, у сільськогосподарських підприємствах до 2016 р. планується збільшити внесення добрив (табл. 2).

Таблиця 2

Прогноз внесення мінеральних і органічних добрив у сільськогосподарських підприємствах Червоноармійського району

Показники	2014 р.	2016 р.	2016 р. до 2014 р., +,–
Внесено мінеральних добрив на 1 га, кг. д. р.	0,25	0,55	+0,30
Внесено органічних добрив на 1 га, т.	6	8	+5

Таким чином, у сільськогосподарських підприємствах планується, збільшення внесення мінеральних добрив на 0,30 кг. д.р. на 1 га, та органічних добрив на 5 т. на 1 га. Найбільш активним напрямом розвитку інноваційного процесу у сільськогосподарських підприємствах Червоноармійського району на сучасному етапі є впровадження нових сортів сільськогосподарських культур. Зокрема, інноваційними сортами зерно, які набули використання у господарській діяльності підприємств Червоноармійського району є: пшениця «Дарунок», жито «Мрія».

Отже, головними напрямками підвищення ефективності використання земельних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах Червоноармійського району є: збільшення внесення мінеральних і органічних добрив, дотримання сівозміни, впровадження інноваційних сортів сільськогосподарських культур та технологій їх вирощування.

Список використаних джерел

1. Наукові основи агропромислового виробництва в зоні Лісостепу України / ред. кол. М. В. Зубець (голова) та ін. – К. : ВД«Логос», 2004. – 774 с.
2. Петухова О. М. Кластеризація як можливість реалізації інноваційних стратегій : монографія / О. М. Петухова. – К. : НУХТ, 2012. – 263 с.
3. Саблук П. Т. Шляхи модернізації. Вибрані статті з питань аграрної економіки / П. Т. Саблук. – Кн. 3. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 516 с.

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

С. О. Лопачук, магістрант^{*}

Постановка проблеми. Аграрний сектор Житомирської області та країни в умовах сьогодення виявився практично єдиною галуззю, яка залишалась конкурентоспроможною. Проте негативним є те, що на зовнішній ринок постачається переважно сільськогосподарська сировина, що призводить до недоотримання значних валютних надходжень аграріями. Тому удосконалення зовнішньоекономічних відносин агробізнесу Житомирської області з іноземними покупцями є актуальним завданням.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми управління, регулювання та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності України, у т.ч. й в аграрному секторі, досліджувалися багатьма вченими. У першу чергу слід назвати наукові праці А. Альохіна, В. Авер'янова, В. Будкіна, І. Бураковського, В. Власова, А. Гальчинського, В. Геєця, В. Горьового, В. Губенка, Б. Данилишина, С. Дем'яненка, Т. Зінчук, С. Кваші, О. Кириченка, А. Кредісова, Л. Михайлової, А. Мокія, О. Онищенко, М. Павловського, М. Портера, П. Саблука, О. Шпичака та ін. Вже впродовж тривалого часу приділяється значна увага дослідженню аспектів ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю, формуванню та використанню експортного потенціалу у працях І. Васіної, А. Вічевича, І. Жиглей, Ф. Зінов'єва, Л. Кадуріної, Ю. Макогона, О. Максимця, В. Пархоменка, І. Паски, Л. Островського та ін. Нагромаджений науковий потенціал слугує базою для аналітичних досліджень і закономірностей здійснення зовнішньоекономічних зв'язків. Однак наукові дослідження потребують розширення з урахуванням зміни соціально-економічного середовища в Україні та світі, зокрема це стосується аграрного сектора в світлі останніх викликів.

Основний матеріал. Ринкова трансформація економіки України зумовила зміни в системі управління підприємствами різних галузей. Перш за все, ці зміни торкнулися систем постачання сировини і матеріалів та збуту продукції, а також визначили необхідність систематичного вивчення бізнес-структурами ринку, його інфраструктури, конкурентів й партнерів задля утримання своїх позицій на ринку і отримання прибутку.

Важливим елементом збільшення обсягів збуту та підвищення зацікавленості покупців продукцією підприємства виступають маркетингові заходи. Проте, в практиці діяльності сільськогосподарських підприємств малого та середнього розміру, виробнича діяльність яких є переважно сезонною, маркетингова стратегія та тактика часто потребує додаткових заходів для доведення продукції до вищих рівнів готовності для споживання та зберігання. Водночас, неналежна увага до таких видів діяльності загрожує втраті зовнішнього сегменту агропродовольчого ринку, що має для економіки України винятково важливе значення.

Так, на прикладі досліджень сільськогосподарських підприємств, що здійснюють експортну діяльність, свідчить, що торговельний оборот продукції агропромислового комплексу Житомирської області за 2014 р. склав 215,0 тис. дол. США або 22,6% зовнішньоторговельного обороту області. При цьому, експорт аграрної продукції за вказаний період становив 174,7 тис. дол. США, тобто 26,3% від загального експорту області, що співвідноситься із аналогічними показниками в цілому в державі; імпорт – 40,3 тис. дол. США або 14,2% від сукупного імпорту (табл. 1). Сальдо зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією є позитивним і становить 134,4 тис. дол., а в порівнянні з 2013 р. зовнішньоторговельний оборот продукції груп 1–24 УКТЗЕД збільшився на 41,1% (на 62,6 тис. дол. США), при цьому, зокрема, експорт збільшився на 71,5 % (на 72,8 тис.

^{*} Науковий керівник – д. е. н. О. В. Скидан

дол. США), а імпорт зменшився на 20,3% (на 10,3 тис. дол. США). Звичайно ж, сприяла такому серйозному торговому сальдо в першу чергу девальвація національної валюти. Але й це не може зменшити заслуг українського аграрного сектора.

Таблиця 1

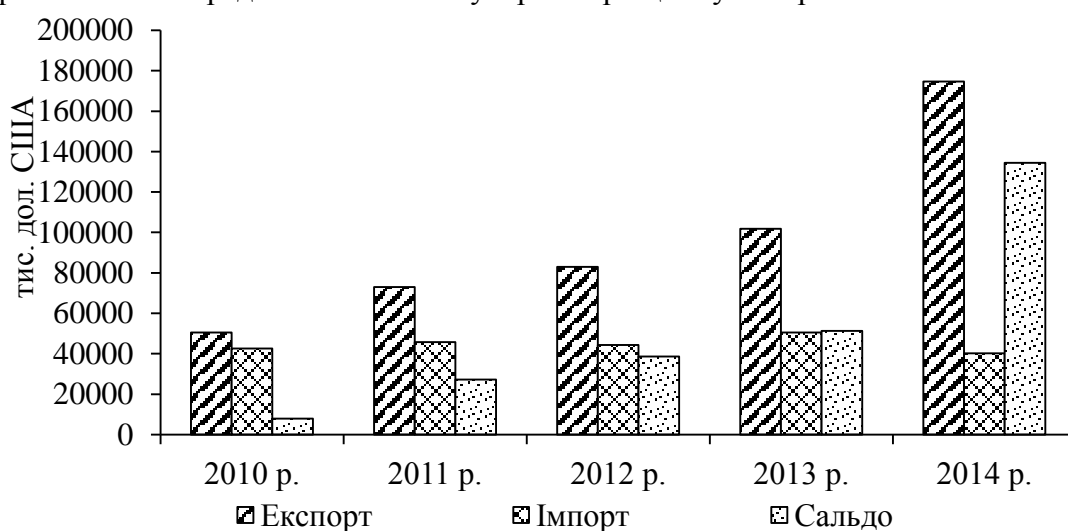
**Динаміка експорту-імпорту сільськогосподарської
та продовольчої продукції Житомирської області, тис. дол. США**

Показник	Рік					2014 р. до 2010 р., %
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014	
Експорт	50543,9	73078,1	83037,7	101868,3	174685,9	у 3,5 р. б.
Імпорт	42643,8	45807,2	44332,9	50495,2	40222,9	94,3
Сальдо	7900,1	27270,9	38704,8	51373,1	134463,0	у 17,0 р. б.
% від загального обсягу						
Експорту	12,8	14,2	15,1	16,8	26,3	х
Імпорту	10,0	10,0	11,5	13,1	14,1	х

Джерело: розраховано за даними [1, 2].

Дані таблиці демонструють позитивну динаміку зовнішньоекономічної діяльності, що за останні п'ять років зросли у 2,3 рази. Відсоток експорту сільськогосподарської та продовольчої продукції в загальній структурі експорту області збільшився до 26,3 % у 2014 р., що відповідає світовій тенденції, тому що обсяги світової торгівлі сільгосппродукцією демонструють стійке зростання. В умовах економічної кризи утримати рівень конкурентоспроможності на світовому ринку серед вітчизняних галузей змогли лише виробники сільськогосподарської продукції, і це підтверджують дані 2014 р.

Важливим аспектом аналізу галузі є визначення її експортного потенціалу. За період 2010–2014 рр. (рис. 2.1) відмічена стала тенденція перевищення обсягів експортованої сільськогосподарської продукції: у 2010 р – у 1,2 рази (позитивне торгове сальдо – 7,9 млн дол. США); у 2011 р. – у 1,6 рази (позитивне торгове сальдо – 27,2 млн дол. США); у 2012 р. – у 1,9 рази (позитивне торгове сальдо – 38,7 млн дол. США); у 2013 р. – у 2,0 рази (позитивне торгове сальдо – 51,4 млн дол. США); у 2014 р. – у 4,3 рази (позитивне торгове сальдо – 134,4 млн дол. США). Особливих результатів аграрним сектором Житомирської області досягнуто у 2014 р., коли експорт у порівнянні з попереднім збільшився у 2 рази при цьому імпорт зменшився.



**Рис. 1. Динаміка обсягів експорту, імпорту та зовнішньоторговельного сальдо
сільськогосподарської та продовольчої продукції
Житомирської області, тис. дол. США**

Джерело: за даними [1, 2].

Аналіз структури експорту продукції свідчить, що 58 % усіх продажів за кордон забезпечує продукція рослинного походження і лише 11 % становить продукція тваринного походження. Готові харчові продукти, тобто перероблена сільськогосподарська продукція у структурі експорту становить дещо більше однієї четвертої (рис. 2). Таким чином аграрний сектор орієнтований на вивіз сировини, а не кінцевих продукції харчування через, що держава та виробники недоотримують значних коштів.

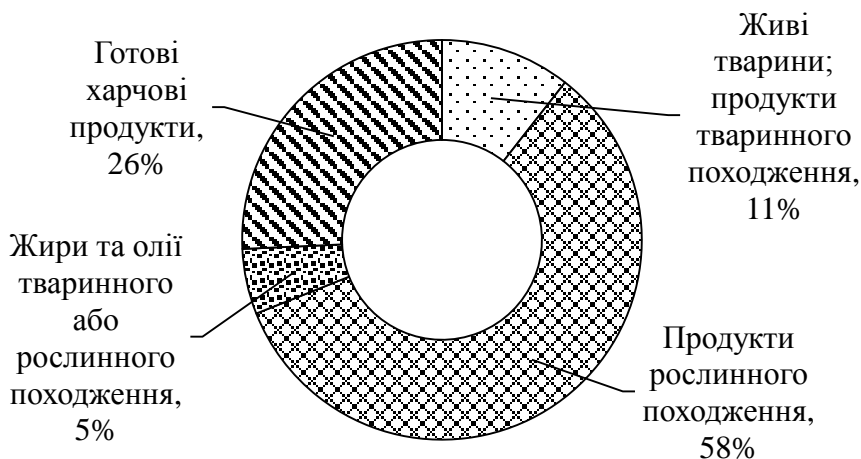


Рис. 2. Структура експорту сільськогосподарської та продовольчої продукції Житомирської області у 2014 р., тис. дол. США

Джерело: побудовано за даними [1].

Натомість у структурі імпорту готові харчові продукти становлять 38 % (рис. 3). Таким чином бачимо, що в переважній більшості в область імпортується продукція з високою доданою вартістю.

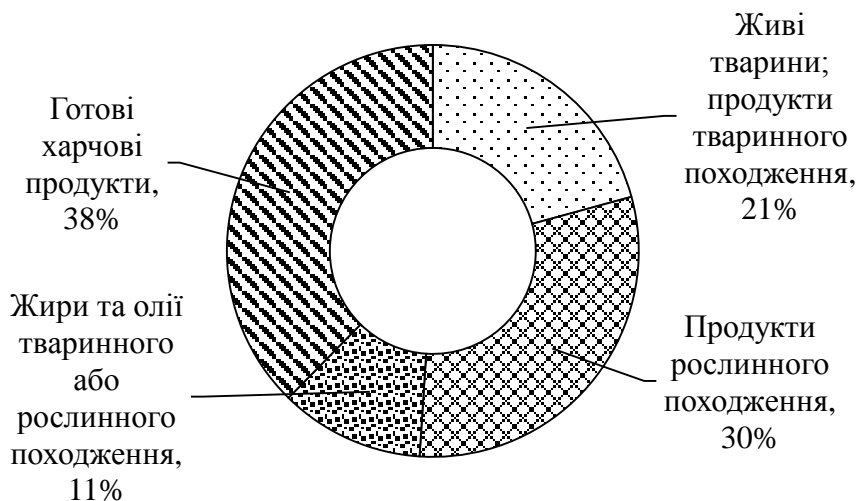


Рис. 3. Структура імпорту сільськогосподарської та продовольчої продукції Житомирської області у 2014 р., тис. дол. США

Джерело: побудовано за даними [].

Аграрна галузь Житомирської області демонструє вагомі здобутки. За 2013–2014 маркетинговий рік за межі нашої області відвантажено 750,3 тис. т зерна, з нього на експорт – 716,5 тис. т. В структурі реалізації зерна найбільше реалізовано кукурудзи

– 542,5 тис. т, сої – 86,5 тис. т, пшениці – 60,2 тис. т, ріпаку – 49,2 тис. т, жита – 4,1 тис. т, ячменю – 3,6 тис. т, іншого – 4,2 тис. т [3].

Кожен четвертий долар, який отримує Житомирська область, приносить аграрний сектор. Кожен третій долар Україна заробляє на експорті продукції аграрного сектора. Відповідно результати діяльності галузі безпосередньо впливають на валютно-курсову стабільність, накопичення золотовалютних резервів НБУ та зміст економіки в прогнозованих параметрах, як за інфляцією, так і за валютним курсом.

Найвагомішими чинниками формування позитивного сальдо зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією за даний період були: високі обсяги експорту зернових культур – 36,5% від загального експорту продовольства, молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед – 10,3 %, та олії – 9,1 % [4].

Динаміка експорту продукції рослинного походження демонструє значне зростання за досліджуваний період. Експорт рослинницької продукції зріс більше ніж у 9 разів. Збільшився і експорт продуктів переробки олійних культур, а саме соняшникової олії у 20,6 разів. Натомість експорт готових харчових продуктів збільшився всього на 35,6 %. Імпорт, навпроти, має тенденцію до зменшення, що є позитивним щодо вітчизняного виробника. Це зумовлено збільшення виробництва продукції в області, а також кон'юнктурними факторами.

Такі вагомні результати далеко не максимально можливий показник. В агропромисловому секторі чіткою є тенденція сировинної орієнтації експорту. У його структурі переважають зернові, жири та олії тваринного і рослинного походження, насіння та плоди олійних культур. Дуже мало експортується готова продукція. А це означає, що ми недоотримуємо додану вартість товару, тобто головну величину, яка формується внаслідок реалізації готової продукції.

Отже, наведені дані свідчать, що продукція аграрного сектору Житомирської області залишається однією з найважливіших статей експорту, а відновлення зростання економіки регіону після кризових явищ 2014 р. сприяє зростанню попиту на продукти харчування та збільшення світової торгівлі сільськогосподарськими товарами. Все це ще раз підкреслює важливість ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю сільськогосподарських підприємств, спрямованої на зміцнення позицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Потужність «локомотиву» Житомирщини забезпечують 775 фермерських господарств; 194, 7 тис. особистих селянських господарств, які утримують 139,7 тис. голів великої рогатої худоби (64,4% від загального по області), а також 15 холдингових компаній (обробляють понад 179 тис. га ріллі, що становить майже 45% від загальної площі земель, яка знаходиться в обробітку).

Проте поряд з позитивом існують проблеми. Якщо говорити про фермерські господарства, то вони ведуть переважно дрібнотоварне виробництво. Більшість цих агроутворень займаються виробництвом рослинницької продукції та спеціалізуються на вирощуванні зернових, картоплі, овочів та кормових культур. І лише 135 господарств (15% від загальної кількості) займаються тваринництвом.

Існують проблеми і в особистих селянських господарствах. Очевидним є таке явище, як низький рівень конкурентоспроможності продукції цих господарств. В останні роки у їх діяльності спостерігається скорочення поголів'я худоби і птиці, зменшення виробництва продуктів харчування. Більшість ведуть господарську діяльність для задоволення власних потреб, навіть якщо виробництво є збитковим. Незважаючи на те, що цією категорією господарств наразі виробляється понад 73% валової продукції, потенційні можливості збільшення продукції та поліпшення її якості тут досить обмежені: сільське населення швидко старіє, виробництво базується переважно на ручній праці та не є інвестиційно привабливим.

Далеко не однозначною є діяльність агрохолдингів. З одного боку вони обробляють великі площі, забезпечують відповідні обсяги продукції, з іншого – не

завжди дотримуються вимог раціонального та науково обґрунтованого землекористування [5, с. 78].

В цілому, більшість аналітиків та учасників ринку відзначають поліпшення умов для зовнішньоекономічної діяльності. У 2014 р. була підписана угода про зону вільної торгівлі Україна – ЄС, яка фактично відкрила нашим товарам доступ до ринку Європи. Проте реалії свідчать, що виробники не зовсім готові скористатися такими можливостями.

Відповідно до угоди, Україна отримала від ЄС тарифні квоти на пшеницю, кукурудзу, ячмінь, яйця, мед тощо. З одного боку квоти звужують експортні можливості, з іншого – формують відповідальність виробника за якість та безпеку продукції, що експортується. Що ж в результаті. За попередній рік українським аграріям не вдалося повністю використати вказані квоти. За більшістю тваринних позицій наші аграрії не змогли реалізувати жодної тонни продукції. Стримування експорту відбувається через існування нетарифних бар'єрів: санітарних, технічних вимог, яким повинна відповідати продукція, що експортується. Не відповідають вказаним вимогам переважно готові харчові продукти. Процес же гармонізації вітчизняних стандартів з європейськими відбувається повільними темпами.

Другий момент – інвестиційний клімат. Хоча темпи інвестування в сільське господарство в останні роки значно перевищують темпи інвестування в промисловість та сферу послуг, проте мотивація капіталовкладень є не соціально-економічні та інноваційні пріоритети, а отримання надприбутків за рахунок вкладання коштів у великодохідні галузі. В результаті – агропродовольчий ринок функціонує і розвивається в інтересах експортних трейдерів та агрохолдингів. При цьому дрібні сільгоспвиробники постійно відчувають проблему дефіциту обігових коштів.

Третє – на відміну від успішного функціонування підприємств малого агробізнесу в європейських країнах, в Україні стало закономірності укрупнення господарств аграрного сектору. Вітчизняні агрохолдинги ведуть не однозначну діяльність. Негатив – виснаження землі монокультурами, пролетаризація сільського населення тощо.

Фермерські та особисті селянські господарства не можуть інтегруватися у світовий ринок, ні за ціною, ні за якістю продукції, ні за багатьма іншими параметрами, що перешкоджає їм вийти не тільки на внутрішній, але й на значно жорсткіший ринок ЄС.

Четверте – рівень підтримки вітчизняного аграрного виробника. В той час, коли у 2013 р. рівень державної підтримки сільського господарства в ЄС складав від 775 євро на один гектар (Франція, Німеччина) до 83 євро (Латвія), в Україні аналогічний показник становив лише 385 грн., або 23,5 євро.

Незважаючи на окреслені проблеми, сільське господарство продовжує залишатися найважливішою експортною галуззю в Україні та області. В цілому, аграрний сектор забезпечує більше 20 % валового випуску товарів та послуг Житомирської області. Але очевидним є те, що необхідно відходити від практики сировинного експорту у бік поставок готової продукції з додатковою вартістю.

Висновки. Проведений аналіз свідчить, що аграрний сектор Житомирської області має значний експортний потенціал. Суб'єкти підприємництва експортують значно більше сільськогосподарської та продовольчої продукції ніж імпортують. Проте негативним є те, що значна частка такого експорту є сировинною. Разом з тим в структурі імпорту відмічається зростання готових продуктів, в переважній масі дорогої. Висока питома вага в структурі імпорту дорогої продукції говорить про певну готовність внутрішнього ринку споживати більш дорогу та якісну сільськогосподарську продукцію, а також націлює виробників на необхідність переробки продукції в країні та її експорт.

Список використаної літератури

1. Статистичний щорічник Житомирської області за 2014 рік [Електронний ресурс] : статистичний щорічник / Головне управління статистики у Житомирській

області – 80 Min / 700 MB. – Житомир : Головне управління статистики у Житомирській області, 2015. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. – Систем. вимоги : Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000. – Назва з екрана.

2. Статистичний щорічник Житомирської області за 2012 рік [Електронний ресурс] : статистичний щорічник / Головне управління статистики у Житомирській області – 80 Min / 700 MB. – Житомир : Головне управління статистики у Житомирській області, 2013. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. – Систем. вимоги : Pentium ; 32 Mb RAM ; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000. – Назва з екрана.

3. Ткачук С. Аграрний сектор Житомирщини – перспективи розвитку [Електронний ресурс] / С. Ткачук – Режим доступу : <http://zt.ridna.ua/2015/03/23/ahraryj-sektor-zhytomyschyny-perspektyvy-rozvytku/>

4. Про стан зовнішньої торгівлі товарами в області за 2014 рік [Електронний ресурс] / Житомирська обласна державна адміністрація – Режим доступу : <http://oda.zt.gov.ua/pro-stan-zovnishnoi-torgivli-tovarami-v-oblasti-za-2014-rik.html>

5. Зінчук Т.О. Зовнішньоторговельні та інвестиційні європерспективи аграрного сектора економіки України / Т.О. Зінчук // Участь України в зонах вільної торгівлі: стан, проблеми, перспективи / Зб. наук. праць ІМВ Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – К.: 2011. – С. 77-80.

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В. В. Бутенко, магістрант*

Постановка проблеми. У сучасній ринковій економіці, коли конкуренція між виробниками товарів різко зростає, а споживачі стають дедалі більш вибагливими, кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Така діяльність має бути чітко скоординованою, обґрунтованою та наповненою дієвими заходами. Тому важливо знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати перспективні цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Одночасно підприємствам необхідно: знаходити нові потенційні ринки; впроваджувати інноваційні технології та створювати відповідну продукцію, як для існуючих споживачів, так і для нових; поряд з реалізацією наявної продукції, вивчати діяльність потенційних конкурентів та впроваджувати заходи із збереження та підвищення конкурентних позицій на відповідному ринку. Застосування маркетинг-менеджменту є однією з основних умов для ефективного розвитку підприємства в сучасних умовах. Саме цим пояснюється вибір тематики дослідження та її актуальність.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Наукові праці багатьох учених присвячені проблематиці формування та функціонування маркетинг-менеджменту на підприємстві. Даний аспект у зарубіжній економічній теорії вивчали Г. Багієв, П. Зав'ялов, Ф. Котлер, К. Макконелл, М. Мескон, Ф. Хедоури, Е. Уткін та ін. Над вказаною тематикою серед українських вчених-економістів працювали Т. Базаров, Д. Богиня, А. Бовтрук, Й. Завадський, А. Кочетков, Є. Маслов, Г. Осовська та інші. У

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

їхніх працях досліджено та проаналізовано теоретичні засади формування системи маркетингового управління на підприємстві, а також зміст економічної категорії маркетинг-менеджменту. Проте, на наш погляд, питання особливостей формування маркетинг-менеджменту вивчено не достатньо. Існують розбіжності у роботах учених-економістів щодо визначення сутності та змісту економічної категорії «маркетинг-менеджмент». Також спостерігаються недоліки у формуванні системи маркетингового управління, саме це є однією з найпоширеніших причин, які обумовлюють неефективну маркетингову діяльність підприємств. Дане питання залишається актуальним, незважаючи на велику кількість наукових розробок у цій сфері, тому обумовлює необхідність проведення поглиблених досліджень.

Основною метою та завданням статті є аналіз та узагальнення теоретичних засад формування системи маркетинг-менеджменту на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення конкурентоспроможності продукції українських підприємств передбачає інтенсивний розвиток виробництва, а також вимагає удосконалення методів організації виробничої та господарської діяльності. В сучасних умовах ринкової економіки система управління маркетингу – основа управління діяльністю організації. Маркетинг допомагає організації визначити своє місце на ринку, в якому діє жорстка конкуренція. Не випадково на підприємствах, що успішно ведуть ринкову діяльність, служба маркетингу — одна з головних у системі управління і впливає на підготовку та прийняття рішень її керівниками [3].

Ефективне запровадження і використання маркетинг-менеджменту підприємством потребує насамперед чіткого розуміння суті та змісту цієї категорії, а також цілей його застосування, функцій та етапів його становлення. Ряд вітчизняних науковців для поглибленого розуміння сутності поняття «маркетинг-менеджмент» розглядають маркетинг і менеджмент як окремі системи знань. Хронологія розвитку маркетингу свідчить про те, що його перші елементи (ціна, збут, реклама) з'явилися ще в середині XVII ст. З ім'ям С. Маккорміка (1809-1884) пов'язують створення основних інструментів маркетингу (організація сервісної політики, принципи визначення цін, дослідження та аналіз ринку). А запропонована Д. Маккарті модель «чотирьох P»: *product* (продукт, товар); *price* (ціна); *place* (місце, збут, розподіл); *promotion* (просування) – знаменує початок теоретичних досліджень у сфері маркетингу [7]. Філіп Котлер зазначає, що маркетинг – це вид людської діяльності, спрямованої на задоволення попиту й потреб за допомогою обміну. Пітер Друкер, професор Гарвардського університету дає таке визначення маркетингу: «Маркетинг – це концепція управління фірмою, в центрі якої перебуває покупець, клієнт з його потребами та запитамі, і вся фірма, її відділення, ланки й ділянки націлені на те, щоб якнайкраще ці потреби задовольнити» [7].

Маркетинг в умовах ринкової економіки – це засіб покращення ефективності управлінської системи, методології функціонування ринку, яка визначає стратегічні та тактичні цілі фірми за умов ринкової конкуренції. При цьому основним завданням суб'єкта підприємницької діяльності в ринкових умовах повинна бути орієнтація на максимальне задоволення потреб споживача [1].

Охарактеризувавши суть поняття «маркетинг», розглянемо визначення терміну «менеджмент». Як наука, менеджмент (від англ. *management* – управління, адміністрація) виник у США наприкінці XIX ст. [4, 9]. В Оксфордському тлумачному словнику англійської мови, поняття «менеджмент» характеризується як: спосіб, манера спілкування з людьми; особливого роду вміння й адміністративні навички; влада й мистецтво управління; орган управління, адміністративна одиниця. Відповідно до сучасних умов господарювання, менеджмент – це процес управління матеріальними та людськими ресурсами, що забезпечує їх найефективніше використання для досягнення поставленої мети [4].

Отже, розглянувши маркетинг і менеджмент як окремі системи знань, перейдемо до розкриття сутності поняття «маркетинг-менеджмент». Маркетинг-менеджмент – це поняття на багато ширше, ніж загальна функція менеджменту підприємства, це управління всіма загальними та окремими функціями підприємства, а також усіма підрозділами фірми на основі маркетингу [2]. Професор Ф. Котлер визначає маркетинговий менеджмент як процес планування та реалізації концепцій щодо ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів та послуг, направлений на здійснення обмінів, котрі задовольняють індивідуальні та організаційні цілі [7]. В основі маркетинг-менеджменту лежать управлінські функції, які розглядають ідеї, товари та послуги як основні категорії.

Маркетинг-менеджмент – це філософія управління компанією на принципах маркетингу. Маркетинг-менеджмент як функція повинна розглядатися не лише у взаємозв'язку із завданнями у рамках процесу маркетингу, але й із завданнями щодо управління персоналом, відповідальними за досягнення цілей підприємства. Маркетинг-менеджмент припускає цілеспрямовану координацію і формування усіх заходів фірми, на рівні ринку і на рівні суспільства. Мета маркетинг-менеджменту – формування комплексу довгострокових і короткострокових (оперативних) управлінських дій, рішень в області маркетингу. Концепція маркетингу-менеджменту визначається як система основних ідей, інструментарію і аналізу підприємницької діяльності. Сучасні пріоритети маркетинг-менеджменту наступні:

- ✓ від маркетингу у відділі маркетингу до маркетингу в усій організації;
- ✓ від організації підприємства за товарними одиницями до клієнтоорієнтованої структури компанії;
- ✓ аутосорсинг і міжфірмова взаємодія;
- ✓ різноманіття форм міжфірмової взаємодії (стратегічні групи, альянси, мережеві компанії, партнерства);
- ✓ від збереження старих ринкових позицій до пошуку нових;
- ✓ від орієнтації на матеріальні активи до накопичення нематеріальних;
- ✓ прискорення процесу презентації і продажу товару за рахунок онлайн-торгівлі;
- ✓ від фінансових показників до маркетингових оцінок тощо.

Суть маркетинг-менеджменту також полягає у здійсненні аналізу, планування, впровадження в життя і контролю за проведенням певних заходів, здійснення яких спрямоване на встановлення і підтримку взаємовигідних ринкових операцій для досягнення поставлених цілей підприємства [6]. У науковій праці маркетингове управління вивчається як динамічна система із характерними їй тенденціями розвитку:

- розширення та покращення інфраструктури маркетингу;
- удосконалення технічних властивостей маркетингової діяльності фірми;
- підвищення рівня підприємницької культури;
- посилення орієнтації маркетингу фірми на нові цільові групи покупців та нові галузі лояльності;
- соціально-етичний напрямок маркетингу (підтримка певного заздалегідь визначеного іміджу фірми) [4]. Основні елементи та завдання маркетинг-менеджменту наведені на рис. 1.



Рис.1. Основні елементи та завдання маркетинг-менеджменту

Джерело: побудовано автором на основі [1, 4, 8].

Висновки. В результаті аналізу та узагальнення наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених-економістів запропоновано наступне визначення економічної категорії «маркетинг-менеджмент». Маркетинг-менеджмент – це системний, програмно-цільовий механізм взаємодії інструментів маркетингу і менеджменту щодо адаптації підприємства до змін маркетингового середовища з метою максимального задоволення потреб споживачів та цілей організації при ефективному розподілі обмежених ресурсів. Доведено, що маркетинг-менеджменту є передумовою ефективного функціонування системи управління маркетингом на підприємстві. При формуванні маркетинг-менеджменту на підприємстві слід виявити його основні завдання, а також визначити алгоритм, за допомогою якого буде формуватися маркетингова діяльність. В результаті проведених досліджень щодо послідовності процесу формування маркетинг-менеджменту на підприємстві, необхідно відзначити, що даний процес складається із ряду етапів, спрямованих на управління попитом потенційних споживачів, задоволення та обслуговування потреб ринку. Врахування даних етапів, а також їх подальше застосування забезпечить ефективне функціонування маркетингової діяльності підприємства, сприятиме досягненню поставлених цілей та успішному функціонуванню у жорстких умовах сучасних економічних відносин.

Література

1. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / Л.В. Балабанова. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2004. – 354 с.
2. Белявцев М.І. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / М.І. Белявцев, В.М. Воробйов, В.Г. Кузнецов // [за ред. М.І. Белявцева, В.Н. Воробйова]. – К. : Донецький нац. ун-т., 2006. – 407 с.
3. Бурцева Т.А. Управління маркетингом: учбовий посіб. / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. – К.: ЦУЛ, 2005 – 271 с.
4. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.

5. Гриценко О.А. Основи економічної теорії: підручник / О.А. Гриценко. – К. : Юрінком Інтер, 2003. – 480 с.
6. Комарницький І.М. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник // [за ред. д.е.н. І.М. Комарницького]. – Львів : Апріорі, 2007. – 132 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф.Котлер: [пер. с англ.]. – М.: «Ростинтер», 1996. – 704 с.
8. Кушнір І.Г. Формування організаційних систем маркетингового менеджменту в птахівництві під комплексі АПК: автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «економіка та управління національним господарством» / І.Г. Кушнір. – Київ, 2007. – 16 с.
9. Осовська Г.В. Основи менеджменту: навч. посібник / Г.В. Осовська. – К.: «Кондор». 2003 – 556 с.

магістр
Житомирський національний агроекологічний університет
м. Житомир
Науковий керівник – д. е. н., доцент О. В. Скидан

НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

О. Воевуцький, магістрант*

Стале соціально-економічне зростання в Україні може бути досягнуте тільки на інноваційній основі з активним використанням сучасних науково-інноваційних розробок. Тільки в такому разі можуть бути реалізовані плани ресурсозбереження, зростання ефективності виробництва, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та світовому ринках. Особливої актуальності набуває впровадження та вдосконалення управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств вітчизняного агропромислового комплексу, оскільки впровадження інноваційного комплексу заходів, рішень, координацій у їх бізнес дозволить підвищити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції і забезпечити стале її позиціонування як на вітчизняному, так і на світових ринках.

Особливість інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва – оптимізувати продуктивні сили у своїй взаємодії з природно-кліматичними ресурсами та розмірами господарських систем. Вважаємо, що інновації на часткову чи повну модернізацію устаткування і технології виробництва аграрної продукції, зниження витрат виробництва і підвищення матеріальної зацікавленості працівників агроформувань в результатах праці – є обов'язковими умовами неухильного підвищення результативності функціонування аграрної сфери. Процес управління інноваційною діяльністю в аграрних підприємствах має ряд особливостей: ринок інноваційної продукції включає значну сукупність організацій, колективів, окремих спеціалістів, потенційно спроможних виконувати інноваційну діяльність; низька платоспроможність сільськогосподарських товаровиробників; недостатнє фінансування при здійсненні трансферу завершених розробок; дефіцит інвестиційного капіталу і як наслідок повільне зростання обсягів пропозицій інноваційної продукції; недостатність

* Науковий керівник – д. е. н. О. В. Скидан

державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників для інноваційного оновлення; недосконалість методики оцінки інноваційно-інвестиційних проектів; низький рівень розвитку інфраструктури ринку інноваційної продукції тощо.

Сьогодні в Україні не існує єдиної методики і практичних рекомендацій стосовно оцінки ефективності інноваційно-інвестиційних проектів в аграрній сфері, ряд питань при визначенні ефективності інновацій залишаються або нерозв'язаними, або дискусійними. Вражає величезна кількість різноманітних рекомендацій (часто діаметрально протилежних), які зустрічаються в економічній літературі та стосуються визначення тривалості життєвого циклу інноваційно-інвестиційного проекту. Окремі вчені вважають, що ефективність інвестицій доцільніше визначати за повний інвестиційний цикл [2]. Інші ж наголошують на тому, що в побудові показників ефективності інвестицій не повинно бути вимоги розрахунків за весь строк дії проектів у зв'язку зі змінами витрат і надходжень, які можуть відбуватися під впливом величезної кількості факторів, яких тим більше, чим більший термін дії проекту [5].

Довбня С.Б. та Ковзель К.А. пропонують за розрахунковий період інвестиційного проекту обрати або термін служби окремо взятої одиниці основних фондів, або середньозважений термін служби всіх основних засобів чи конкретної їх групи [3]. Слід зауважити, що сьогодні нормативно не встановлюються терміни служби основних фондів, тому, якщо оцінку одного й того ж інвестиційного проекту здійснюватимуть два експерти, вони можуть отримати різні результати.

Визначення норми дисконту на сьогодні також залишається невирішеним завданням в практиці інвестиційно-інноваційного менеджменту. Ряд вчених стверджує, що найчастіше для оцінки норми дисконту застосовується метод середньозваженої вартості капіталу підприємства. На думку деяких авторів таке ототожнення є неприйнятним, адже дисконтна ставка характеризує реальну (з точки зору інвестора) альтернативну можливість вкладення наявних коштів [1]. З цим можна було б погодитись, але, взявши до уваги, що найпростішим з можливих напрямів використання коштів є внесення їх на депозит, розуміємо, що депозитна процентна ставка не може використовуватись як норма дисконту, якщо для реалізації проекту інвестор користується позиченими коштами. Хотомлянський А.Л. та Знахуренко П.А. пропонують в якості показника дисконту використовувати рівень рентабельності виробничих фондів діючого підприємства, якщо джерелом інвестиційних витрат є власний капітал [6]. Однак, на нашу думку, це означає, що інвестор обмежує себе досягнутим раніше рівнем, а в умовах жорсткої конкуренції та інноваційного розвитку економіки це небажано.

Інша точка зору, яку ми підтримуємо, розглядає альтернативну вартість як суму трьох основних компонентів: «безризиковий дохід», тобто дохід, який одержує інвестор за використання своїх грошей, припускаючи, що його вкладення абсолютно надійні; премію за інфляцію, щоб гарантувати, що реальна купівельна спроможність грошей не зміниться з часом; премію за ризик (ризикова премія), яка забезпечує додаткову компенсацію за будь-який ризик, пов'язаний з інвестиціями [4]. Але практичне визначення дисконтної ставки з врахуванням цих трьох компонентів наштовхується на труднощі, пов'язані головним чином з визначенням премії за ризик. Тому погоджуємося з Стецюком П.А., який стверджує, що ще досить тривалий час експертний метод оцінки буде домінувати у процесі визначення премії за ризик та премії за інфляцію.

Дослідження економічної літератури, яке було проведено, виявило, що в основному мова йде про прогнозне оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційних проектів на передінвестиційному етапі, і дуже рідко розраховують фактичну ефективність цих проектів. Причиною цього, на нашу думку, є те, що на практиці за даними звітності підприємства практично неможливо відокремити фактичні грошові потоки, які генерують різні проекти, а підприємство одночасно може

здійснювати реалізацію кількох проектів. Тому фактичну віддачу можна простежити лише від інвестиційної діяльності підприємства загалом (без виділення окремих проектів).

Так як на показники ефективності інвестицій, що вкладаються в інноваційну діяльність сільськогосподарських підприємств, завжди впливатиме значна кількість факторів, які ми можемо спрогнозувати досить приблизно, слід обмежитися прогнозуванням впливу найважливіших чинників, особливо природно-кліматичних, спираючись на тенденції їх змін у минулі роки та передбачувані зміни в наступні роки, щоб розрахунки ефективності проекту не були занадто ускладненими. Необхідно провести дискусію з питань термінології та методології, за результатами якої доцільно прийняти національні стандарти інноваційно-інвестиційного аналізу в аграрній сфері.

Список використаних джерел

1. Аптекарь С. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / С. Аптекарь // Економіка України. – 2007. – №1. – С. 42–49.
2. Бень Т. До визначення економічної ефективності інвестицій / Т. Бень // Економіка України. – 2007. – №4. – С. 12–19.
3. Довбня С. Б. Новий підхід до оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / С. Б. Довбня, К. А. Ковзель // Фінанси України. – 2007. – №7. – С. 62–71.
4. Стецюк П. А. Дискусійні питання методології інвестиційного аналізу / А. П. Стецюк // АгроІнКом. – 2006. – №2. – С. 57–63.
5. Федоренко В. Г. Инвестознaвство: підручник / [В. Г. Федоренко, А. Ф. Гойко та ін.]; за наук. ред. В. Г. Федоренка. – К.: МАУП, 2000. – С. 48–49.
6. Хотомлянский А. Л. Совершенствование методики определения экономической эффективности капитальных вложений / А. Л. Хотомлянский, П. А. Знахуренко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №3 (69). – С. 155–161.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. Ворона, магістрант*

Молокопереробна галузь є складовою частиною молокопродуктового комплексу національної економіки України, яка забезпечує вагомий внесок у формування продовольчої безпеки. Проте зростання конкуренції визначає необхідність трансформаційних змін у сфері інноваційної діяльності молокопереробних підприємств галузі, що мають бути спрямовані на впровадження нових технологій і створення товарів, здатних посилити позиції виробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Проблематиці інноваційного розвитку підприємств в Україні присвячені наукові праці таких учених, як: О. Алимов, В. Андрійчук, Л. Безчасний, В. Беседін, П. Бельський, Т. Божидарнік, А. Гальчинський, В. Гесьць, Г. Добров, М. Долішній, А. Заїнчковський, Б. Малицький, Ю. Ніколенко, Ю. Пахомов, І. Продиус, Н. Резнік, Д. Стеченко, А. Сухоруков, В. Трегобчук, А. Юзефович, М. Якубовський та інші.

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

Метою статті є висвітлення діяльності молокопереробних підприємств з позицій їх інноваційної активності.

Однією із ключових проблем галузі є забезпечення у повній мірі якісною сировиною. Ця проблема на даний час є особливо болісною, оскільки близько 80 % молока-сировини для переробних підприємств надходить від господарств населення [1]. Слід зазначити, що, не чекаючи на результати доволі непослідовних кроків держави у напрямку покращення даної ситуації, більшість найбільш потужних підприємств галузі намагаються вирішити проблему самотужки, використовуючи принципи вертикальної інтеграції. Вертикальна інтеграція передбачає створення єдиної структури, що здійснює контроль і комплексний розвиток усього процесу: від виробництва молока до реалізації готової продукції, і включає виробників молока, переробників і операторів ринку.

Так, наприклад, ВАТ «Бердичівський молокозавод» укладає довгострокові угоди про співпрацю з найбільш потужними сільськогосподарськими підприємствами-постачальниками молока [2]. Його приклад свідчить, що розвиток стосунків з крупнотоварними постачальниками слід здійснювати використовуючи наступні напрямки: забезпечення підприємств необхідними матеріальними ресурсами у період весняно-польових робіт і збору врожаю; укладання договорів на поставку високоякісних кормів найкрупнішим господарствам регіону в обмін на поставки молочної сировини; фінансування побудови доїльних залів у головних партнерів-постачальників; забезпечення підприємств племінною худобою в рахунок оплати за молоко; надання допомоги у складанні раціонів годівлі; надання сільгоспвиробникам на вигідних умовах позичок; авансування весняно-осінніх польових робіт; здійснення оперативної оплати за здане молоко відповідного гатунку і термостійкості; надання консультацій щодо покращення якості сировини і впровадження освітніх програм для представників господарств та ін.

Окрім того, дійсно якісне молоко, яке відповідає стандарту, мають можливість виробляти крупні спеціалізовані сільськогосподарські підприємства, що здатні контролювати якість на всіх етапах, у тому числі проводячи лабораторні аналізи зданого молока. Однією з першочергових задач даних підприємств є підвищення надоїв молока в умовах сталого поголів'я. Вирішення даної задачі досягається як шляхом покращення маточного поголів'я, так і за допомогою застосування новітніх біотехнологічних розробок, зокрема пробіотичних препаратів для збільшення продуктивності ВРХ, які дозволяють вирішити ряд проблем, таких як підвищення надоїв і жирності молока, профілактика ацидозу рубця, покращення перетравлення зерна силосної кукурудзи, заміна сухих жирів, стерилізація маститного молока для подальшого його використання на вигодовування молодняку, підвищення збереженості молодняку [3].

Іншим новітнім напрямком розвитку сільськогосподарських підприємств-виробників молока є облаштування власних заводів з його переробки. Дані заводи дають змогу переробляти молоко безпосередньо на місці його виробництва на сучасному обладнанні з дотриманням усіх технологічних вимог. Спеціалізовані лінії з переробки молока дозволяють виготовляти оригінальну продукцію, таку як пастеризоване молоко, кисломолочний сир, сир м'який і твердий, бринзу, сметану, масло вершкове, вершки, згущене збиране і згущене знежирене молоко з цукром, кефір, йогурт, біойогурт, ряжанку, маслянку тощо. Встановлення власного молочного заводу дозволяє вирішити проблему нерозвиненої інфраструктури виробництва і переробки молока, коли молоко везеться на переробку за десятки, а то і сотні кілометрів і, в той же час, забезпечити населення дійсно якісними і свіжими молочними продуктами.

Іншим напрямком розвитку молокопереробних підприємств є розширення портфеля продукції за рахунок впровадження у виробництво інноваційних продуктів. Так, українські виробники починають розробляти і впроваджувати у виробництво

функціональні продукти і продукти з високою доданою вартістю, а також нові види органічних і кисломолочних продуктів для дитячого харчування. Прикладом може бути ТОВ «Органік Мілк [4].

Актуальним напрямком розширення асортиментної лінійки молокопереробних підприємств є також виробництво нових видів продукції із вторинних продуктів переробки молока – сироватки та лактози. Питання переробки сироватки в Україні сьогодні є надзвичайно актуальним, і не лише з точки зору екологічної безпеки: сироватка – це цінна молочна сировина, адже вона містить 6–6,5% сухої речовини молока [4]. Тому в умовах недостатнього виробництва молока-сировини переробка сироватки має великий економічний потенціал.

Поряд із запровадженням інновацій надзвичайно важливого значення для розвитку підприємств галузі набуває впровадження системи НАССР, адже, як свідчить досвід передових підприємств галузі, вона є не лише інструментом безпеки харчової продукції, а також підвищує ефективність харчового виробництва, економить витрати, сприяє зростанню продажів, залученню інвестицій, зростанню вартості підприємств, дозволяє мінімізувати репутаційні ризики, що надзвичайно важливо в умовах жорсткої конкуренції.

Отже, на даний час більшість підприємств молокопереробної галузі визнали необхідність здійснення інноваційної діяльності. Незважаючи на те, що інноваційна діяльність у молокопереробній галузі України знаходиться на стадії впровадження і здійснюється в складних економічних умовах, застосування нововведень на підприємствах галузі виступає ефективним чинником підвищення їх конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бут О.К. Формування ринкової ціни молочної продукції [Електронний ресурс] О.К. Бут // Аграрний тиждень. Україна. – від 14.06.2014. Режим доступу: <http://a7d.com.ua/tvarinnictvo/12208-formuvannya-rinkovoyi-cni-molochnoyi-produkcyi.html>
2. Божидарнік Т.В. Інноваційна діяльність підприємств молочної промисловості, як засіб підвищення конкурентоспроможності на ринку / Т.В. Божидарнік // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №3. – Т.2. – С. 85-89.
3. Тугуши Л. А. Заменители молочного жира – инновация в производстве молочных и молкосодержащих продуктов / Л. А. Тугуши // Молочное дело. – 2014. – №2. – С. 22-23.
4. Тально В.В. Молочна сироватка. Сучасні технології переробки / В.В. Тально // Молочна промисловість. – 2014. – №3. – С. 24-25.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ

Ю. М. Гич, магістрант*

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

Постановка проблеми. Сучасні засади здійснення господарської діяльності свідчать про те, що більшість лісогосподарських підприємств, які досягли успішних економічних результатів, значну увагу приділяють формуванню системи стратегічного управління, яка дозволяє забезпечити стійкість в конкурентній боротьбі не лише на довгострокову перспективу, але й враховуючи орієнтири входження України до ЄС. В умовах жорсткої конкуренції та мінливої ситуації у зовнішньому середовищі важливим є не тільки зосередження уваги на внутрішньому середовищі підприємств, але і можливість передбачати майбутні ситуації. Відповідно особливої актуальності набуває питання визначення і обґрунтування стратегічних орієнтирів розвитку підприємств, що забезпечує їх адаптацію до умов зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень. Тематика стратегічного планування та управління у підприємницькій діяльності активно досліджується вітчизняними та зарубіжними науковцями. Питання стратегічного розвитку підприємств знайшли своє відображення у працях відомих вчених: І. Ансоффа, І. Адізеса, М. Портера, А. Томпсона, А. Стрікланда, Г. Мінцберга та ін. Важливий внесок у формування теоретико-методичних положень стратегічного менеджменту здійснили: Д. Аакер, Р. Акофф, П. Друкер, Х. Віссем, У. Кінг, Д. Кліланд, А. Чандлер. Разом з тим, незважаючи на значну теоретичну базу залишаються невирішеними питання щодо формування стратегічних цілей розвитку підприємств лісогосподарського комплексу в умовах інтеграції до європейської спільноти, що зумовило вибір теми дослідження.

Результати дослідження. У широкому значенні стратегія є відображенням комплексного системного підходу щодо планування та організації діяльності підприємства; іншими словами – це план дій, який дає можливість визначити і порівняти цілі розвитку підприємства; сформувати лінію поведінки відповідно до внутрішніх та зовнішніх можливостей; організувати і стимулювати діяльність підприємства з метою реалізації його місії. Визначення стратегічних орієнтирів розвитку підприємств лісогосподарського комплексу є одним із найважливіших складових процесу стратегічного планування. Процес розробки та реалізації стратегії повинен враховувати значну кількість чинників, зокрема: характер діяльності підприємства, структуру і людський капітал, особливості лісозаготівель та лісопереробки, тенденції розвитку ринку лісопродукції, стан правової бази, що регламентує умови господарської діяльності, та ін.

Стратегічне планування займає визначальне місце в системі стратегічного менеджменту [1], що визначається такими передумовами:

- 1) прагненням підприємств, функціонуючих в умовах глобалізації ринку, одержати додатковий прибуток за рахунок повномірного використання переваг міжнародної праці, міжнародної економічної інтеграції; передбачити несприятливі дії зовнішніх детермінант;
- 2) необхідністю прогнозування свого довгострокових цілей: для цього важливо визначити яким буде ринок в майбутньому, в якому буде розвиватися підприємство, вподобання споживачів; можливості у збільшенні експортного потенціалу, об'єму продажу і т.д.

Стратегічний підхід у розвитку підприємств лісогосподарського комплексу відрізняється прагненням досягти поставлених цілей та далекоглядністю, підпорядкуванням місії ідеалам саморозвитку, підбором найбільш оптимальних сценаріїв і умінням переходити від одного сценарію розвитку до наступного є найбільш сприятливий для цього момент. В умовах постійного ризику стратегічні орієнтири здійснення виробничо-господарської діяльності підприємств дозволять вчасно зреагувати на зміни, запустити саме ту технологію, яка надасть серйозну перевагу та принесе першість на ринку [3].

Виходячи із зазначеного, можна виділити основні стратегічні орієнтири діяльності лісогосподарських підприємств та напрями поступового їх досягнення:

1) забезпечення сталого розвитку лісового господарства (використання реалізації проектів наращення лісоресурсного потенціалу та впровадження сучасних технологій деревообробки, збільшення площ лісів за рахунок поступового вилучення з сільськогосподарського користування низькопродуктивних земель і угідь, проведення постійного моніторингу та контролю стану лісових ресурсів);

2) забезпечення еколого-економічної ефективності функціонування лісгосподарських підприємств (заощадження деревини у сфері споживання на основі удосконалення внутрішньогалузевої структури деревообробки; збалансування обсягів експлуатації лісових ресурсів, їх охорони і відтворення на підставі екологічних важелів; розроблення науково-обґрунтованих лімітів використання лісових ресурсів; удосконалення нормативів плати за використання лісових ресурсів і розмірів платежів за шкоду, завдану лісам техногенним забрудненням; впровадження інноваційної техніки та технологій; активізація маркетингової діяльності з метою розширення ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності продукції);

3) забезпечення соціальної ефективності використання лісових ресурсів (створення нових робочих місць, наповнення державного бюджету, формування громадських організацій екологічної спрямованості) [2].

Висновки. Визначення стратегічних орієнтирів розвитку підприємств лісгосподарського комплексу є важливим чинником підвищення ефективності їх діяльності. У свою чергу це пов'язано з вирішенням комплексу проблем, пов'язаних з цілеспрямованою переорієнтацією на випуск нової продукції; розширенням номенклатури та асортименту традиційної лісопродукції; впровадженням інноваційних технологій; формуванням стратегічного потенціалу, необхідного для досягнення окреслених цілей; перебудовою виробничої структури; розвитком спеціалізації і кооперації; диверсифікацією діяльності тощо, тобто з тими чинниками, які визначатимуть діяльність та сприятимуть позитивному розвитку лісгосподарських підприємств у довгостроковому періоді.

Література

1. Алексунин В.А. Международный маркетинг: учебное пособие. / В.А. Алексунин. – М.: Издательский Дом "Дашков и Ко", 2000. – 160 с.
2. Бойко О.В. Механізм формування стратегії інноваційного розвитку лісгосподарських підприємств / О.В. Бойко, М.Я. Іваницька / Менеджмент і маркетинг інновацій. – 2011. - № 2. – С. 119-123.
3. Гуревич М.І. Дослідження теоретичних підходів визначення інноваційної стратегії розвитку підприємства /М.І. Гуревич // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 67'(1040) - С. 50-53.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗРОСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

М.В. Гонжак магістр^{*}

Сучасний стан економіки України характеризується значним руйнуванням основних елементів виробничого потенціалу. Нераціональне використання природних ресурсів,

^{*} Науковий керівник – д. е. н., професор Є. І. Ходаківський

непродумані форми і методи залучення робочої сили до систем господарських відносин, суттєві диспропорції у процесах формування виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств призвели до його скорочення, недосконалості системи відтворення його елементів. В умовах посилення конкурентної боротьби між сільськогосподарськими товаровиробниками, вирішення проблеми зростання та ефективності використання виробничого потенціалу, особливо його виробничої частини, займає пріоритетне значення.

Вагомий внесок у вивчення теоретико-прикладних аспектів формування, використання, оцінки та управління виробничим потенціалом зробили такі відомі вітчизняні вчені, як Т. Авраменко, В. Андрійчук, З. Герасимчук, М. Гладій, Н. Краснокутська, М. Лендел, О. Луцків, С. Мельник, Б. Пасхавер, П. Саблук, С. Сеньків, С. Трегобчук, Р. Тринько, О. Федонін, І. Репіна, О. Добикіна, В. Рижиков та закордонні економісти такі, як В. Авдеєнко, Т. Адімбаєв, Е. Рейнгольд, Л. Ревуцький.

Результати дослідження. Основний зміст поняття «виробничий потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага і, таким чином, максимально задовольняти корпоративні та суспільні інтереси

Систематизація складових виробничого потенціалу підприємства представлена на рис. 1.

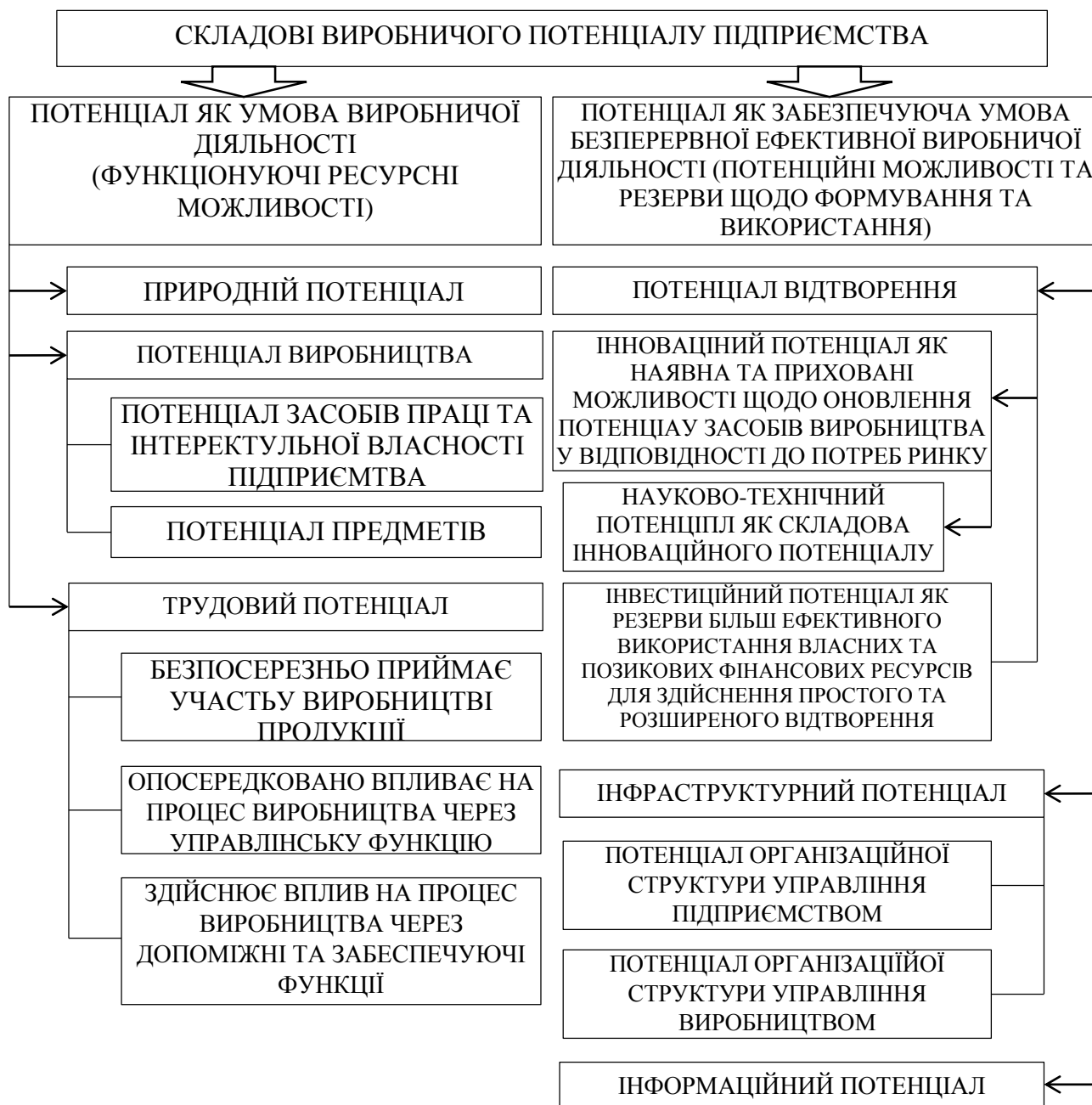


Рис. 1. Система формування та систематизація складових виробничого потенціалу підприємства

Виробничий потенціал підприємства складається з двох частин:

- 1) потенціал, який є вхідною умовою виробничої діяльності, розкриває можливості підприємства з формування та використання факторів виробництва;
- 2) потенціал як забезпечуюча умова безперервної ефективної виробничої діяльності, який дозволяє здійснювати процес безперервного відновлення всіх його складових з метою забезпечення більш високої результативності діяльності підприємства.

Перша складова включає природний потенціал, потенціал засобів виробництва та трудовий потенціал. До другої складової потенціалу належить потенціал відтворення, під яким слід розуміти сукупність матеріальних, технічних, нематеріальних, фінансових, земельних та інших ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства або можуть бути додатково залучені й використані для

розширеного відтворення факторів виробництва та інших складових потенціалу; інфраструктурний потенціал та інформаційний потенціал.

Втім, головними складовими виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств залишаються земля, виробничі засоби та трудові ресурси.

У СТОВ «Печанівське» Романівського району Житомирської області про незадовільний стан земельних ресурсів засвідчують: зниження урожайності сільськогосподарських культур на 8,5 ц/га, виробництво зернових на 100 га ріллі на 26 ц, виробництво м'яса ВРХ на 8,5 ц. Причиною цього є: недостатнє забезпечення господарства матеріальними ресурсами, фінансами, застарілі технології виробництва.

Згідно проведених розрахунків вартість основних виробничих фондів сільськогосподарського призначення знизилася у 2014 році порівняно з 2012 роком на 805 тис грн, фондозабезпеченість на 5,7 тис грн, фондоозброєність на 40,51 тис грн та фондоємкість на 0,98 тис грн. В цілому, як видно за даними таблиці виробничі фонди підприємства знаходяться в важкому становищі.

У підприємстві спостерігається тенденція до значного скорочення виробничих запасів та збільшення обсягів незавершеного виробництва, на 56,3 % та 92,5 % відповідно, тобто це свідчить про зниження рівня матеріальної бази. Найбільшу питому вагу у структурі оборотних засобів підприємства займають дебіторська заборгованість та чиста реалізаційна вартість, в середньому 96 %. Найменшу частку у структурі займають грошові кошти та їх еквіваленти – в середньому 0,8 %.

Розрахунок руху робочої сили СТОВ «Печанівське» показує, що на підприємстві коефіцієнт загального обороту знизився у базовому періоді на 1,7 %, коефіцієнт обороту по прийому збільшився у звітному періоді на 3,2 %. Особливу увагу необхідно приділяти коефіцієнту плинності кадрів, тому що плинність знижує продуктивність праці. У СТОВ «Печанівське» продуктивність праці зросла на 28 тис. грн / особу. Втім, таке зростання пов'язане зі зменшенням чисельності працівників звільнених за рішенням адміністрації підприємства.

Виробничий потенціал підприємства перебуває на досить низькому рівні. Головні напрями його розвитку у СТОВ «Печанівське» наведені на рис. 2.

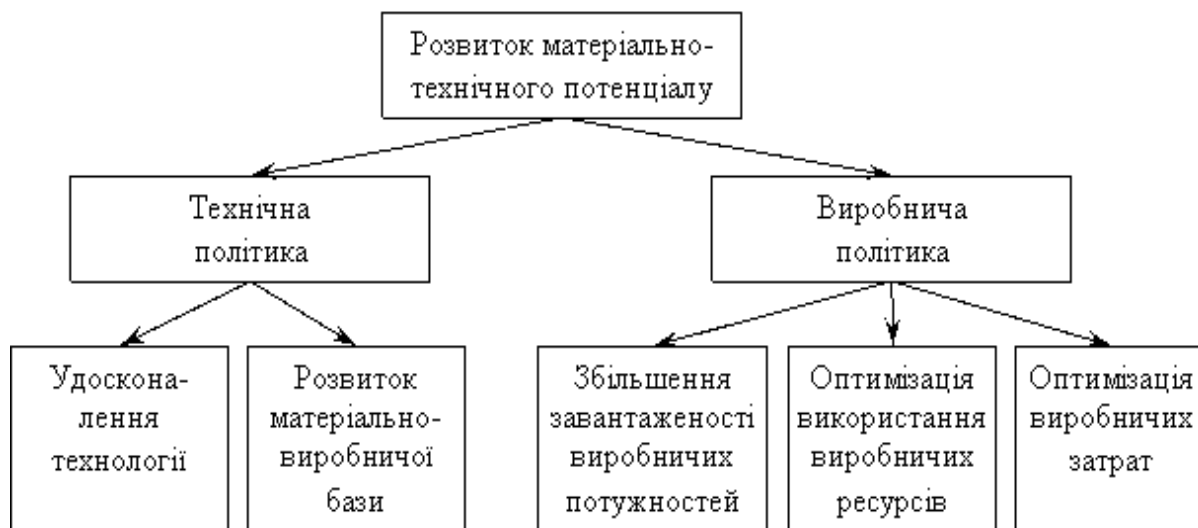


Рис. 2. Напрями розвитку виробничого потенціалу у підприємстві

Стратегічним резервом зростання виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств є диверсифікація виробництва. Диверсифікація стає однією з найважливіших конкурентних стратегій, а отже передбачає ефективне управління виробничим потенціалом. Завдяки можливості майже миттєвої реакції на ринкові запити диверсифіковане підприємство уникає непродуктивного використання

природних ресурсів, забезпечуючи зростання як власної доходності так і національного багатства країни.

Загалом здійснюючи аналіз господарської діяльності СТОВ «Печанівське» варто зауважити що підприємству вкрай необхідно змінити підходи до управління виробничим потенціалом, негайно залучити інвестиційні ресурси для подолання існуючої санації та в середньостроковій перспективі набути конкурентні переваги для ефективного здійснення господарської діяльності.

Список літературних джерел

4. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств : теорія, методика, аналіз : монографія / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2005. – 292 с.
5. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. [та ін.] ; [за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. І. Месселя-Веселяка, М. М. Федорова]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
6. Колот В. М. Підприємництво : організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. / В. М. Колот, І. М. Рєпіна, О. В. Щербина. – К. : КНЕУ, 2009. – 444 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В. Є. Данкевич, к.е.н.

Житомирський національний агроекологічний університет

О. А. Туровська, слухачка 1 курсу докторантури

Папського університету Іоана Павла II в Кракові

Постановка проблеми. Транспорт є одним з основних факторів, що впливають на розміщення продуктивних сил. Виступаючи елементом як національної, так і міжнародної інфраструктури він забезпечує процес виробництва та можливість раціонального використання виробничих ресурсів. Без сумніву, що це можливо тільки за умови, коли ціни на товари та послуги транспорту є такими, що приносять дохід при їх переміщенні у зовнішньоекономічному просторі. Одночасно транспорт виступає фактором економічного зростання [3]. При цьому, збільшення масштабів виробництва продукції залежить як від зростання її випуску, так і поглиблення спеціалізації, що у свою чергу вимагає більше сировини, розширення ринку і відповідно більшого навантаження на транспорт. Тому останній є тим барометром, який вказує на зниження чи підвищення темпів розвитку національних економік та світового господарства в цілому.

В умовах світових глобалізаційних процесів, в економіці спостерігається збільшення ролі транспортних послуг, адже зв'язуючи між собою окремі економічні райони, підприємства і фірми, транспортування розширює світову торгівлю. При цьому збільшується перелік вимог до якості транспортного забезпечення, що призводить до підвищення конкуренції на ринку транспортних послуг [7]. На даний ринок також впливає багато факторів зовнішнього середовища, таких як: нестабільне політичне становище, світова фінансова криза (а саме підвищення цін на енергоносії, зміна курсу національної валюти, збільшення кількості підприємств-банкротів), нестабільне

демографічне становище, що спричиняють зниження ефективності функціонування транспортної системи.

Лібералізація міжнародних перевезень сприяє загостренню конкурентної боротьби між перевізниками. Безперечно, такий стан сприяє виробленню перевізниками ефективної комерційної політики у сфері міжнародних зв'язків, приведення стандартів і норм обслуговування пасажирів і багажу у відповідність з міжнародними нормами, підвищенню рівня безпеки міжнародних перевезень [4,6]. При цьому, збільшення масштабів зовнішньої торгівлі та концентрація вантажопотоків на окремих напрямках дозволяють використовувати сучасні транспортні технології, скорочуючи тим самим транспортні витрати на одиницю перевезеної продукції. Враховуючи вищезазначені аспекти, дослідження проблем міжнародних перевезень та пошук шляхів їх вирішення є актуальним як у теоретичному, так і практичному плані.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми організації та перспектив розвитку міжнародних перевезень досліджували вітчизняні та зарубіжні економісти: О.О. Бакаєв, Д.Дж. Бауерсокс, Л.В. Фролова, Л.Б. Миротина, О.М. Тридід. Вирішенню окремих завдань з формування та розвитку системи логістичної міжнародної інфраструктури присвячені дослідження В.М. Беляєва, В.Л. Диканя, Р.Р. Ларіної, Л.Б. Миротина, Т.А. Прокоф'євої. У цих роботах розглядається необхідність створення елементів логістичної інфраструктури з метою забезпечення розвитку транспортної системи. Проте їх дослідження не розкривають широкого спектру сучасних проблем розвитку міжнародних перевезень в умовах глобалізації.

Результати досліджень. Завдяки поступовому зниженню бар'єрів для торгівлі товарами та послугами і технічному прогресу – зменшенню транспортних витрат і часу, необхідного для перевезення товарів і пасажирів, а також передачі інформації, останніми роками різко зріс об'єм міжнародної торгівлі, розширюється і охоплює все нові галузі міжнародна торгівля послугами, збільшуються міжнародні потоки капіталів та інформації. Дані процеси отримали назву “глобалізація”. У результаті такого зростання торгових та інвестиційних потоків ринки окремих країн втрачають своє значення і утворюються регіональні та глобальні ринки тих або інших товарів і послуг, а також глобальні фінансові ринки. Під впливом глобальної конкуренції з'являються нові форми організації і управління виробничими і транспортними процесами, розраховані саме на глобальний ринок.

У сучасних умовах, поступово змінюються потреби споживачів транспортних послуг. Поза сумнівом, низька ціна і висока якість товару як і раніше є найважливішими критеріями, проте вони вже є не просто бажаними характеристиками, а швидше, обов'язковим стандартом конкурентоздатної послуги [1]. Сьогодні споживачі все частіше звертають увагу на додаткові критерії, такі як: терміни доставки, можливість здобуття замовленого товару у чітко обумовлений час, а також якісний інформаційний супровід процесу виконання замовлення.

Глобалізація призводить до посилення конкуренції у логістиці. Бажання перемогти у конкурентній боротьбі змушує компанії не просто шукати свою нішу на ринку, а й виходити на міжнародний ринок. Сьогодні на місце кур'єра, авіаперевізника, складського працівника, експедитора приходить один великий “провайдер”, який пропонує підприємствам глобальну послугу [8]. Споживачу вже не потрібно шукати різні шляхи вирішення своїх потреб. Наразі достатньо звернутися в одну транспортну компанію, щоб отримати надійний, професійний та досконалий сервіс. По одному дзвінку клієнту запропонують і доставку листівки “від дверей до дверей”, і перевезення контейнера з одного континенту на інший, і функціональне логістичне рішення для щоденної розсилки. Саме, завдяки глобалізації та виходу на міжнародні ринки транснаціональних компаній стали впроваджуватися високі стандарти якості сервісу. Клієнт знає, що в яке б представництво транснаціональної компанії він не

зателефонував, він отримає однаково високий рівень сервісу згідно міжнародних стандартів цієї фірми.

На світовому ринку вже протягом багатьох років існує декілька лідерів міжнародних перевезень. Це так звана “велика четвірка”: “UPS”, “FedEx”, “DHL” та TNT [2,8]. Дані компанії довели, щоб досягти успіху на міжнародному ринку, потрібна, перш за все, розвинена логістична мережа та інфраструктура по всьому світу. У Європі вагомі позиції належать Швейцарським та Німецьким перевізникам. З розвитком ринку експрес-доставки провідні компанії стають дуже схожими одна на одну. При цьому успішна діяльність можлива лише при забезпеченні високої якості послуг, активному впровадженні провідних транспортних технологій, а також при раціональному використанні фінансових ресурсів. Як і в будь-якому бізнесі, в основі якого лежить надання послуг, ключовою фігурою для цих компаній є клієнт. Компанія має за будь-яких обставин зберігати уважне відношення до клієнта, його інтересів та потреб. Лише у даному випадку можна підтримувати власну репутацію та розширювати мережу клієнтів.

Транспортні системи національного, регіонального, внутрішньоконтинентального та міжконтинентального рівнів у сучасних умовах виступають елементами, об’єктами глобальної виробничої інфраструктури і тим самим забезпечують подальше поглиблення інтеграції між національними народногосподарськими комплексами, створюють умови ефективного функціонування наднаціонального відтворювального процесу. Разом з тим, у розвитку транспортних систем світу виникають проблеми, пов’язані з домінуванням сучасних об’єктів транспортної інфраструктури та необхідності модернізації традиційних видів транспорту щодо вимог сучасних глобалізаційних процесів.

Висновки. Глобалізація викликала до життя вкрай суперечливі явища й процеси, спричинені поступовим стиранням кордонів ринків, посиленням залежності національних економік від зовнішнього впливу. У даній ситуації транспорт постає чинником, котрий потужно впливає на динаміку економічного зростання окремих країн, регіонів та світу в цілому, а також на характер сучасної геополітики, структуризацію міжнародного поділу праці. Транспорт стає кардинально значущим компонентом інфраструктури міжнародних економічних відносин, матеріально-технічною базою торгівлі, туризму та кооперування виробництва.

Глобалізація транспортних систем сприяє виникненню транснаціональних компаній, що використовують у бізнесі глобальні логістичні ланцюги і канали; поживає міжнародну торгівлю, соціально-політичні та економічні взаємини між країнами; формує сприятливі умови для експорту та імпорту необхідної продукції. Крім того, у процесі глобалізації сформувався та продовжує свій розвиток ринок експрес-перевезень зі своїми гравцями та лідерами. Активна діяльність міжнародних компаній в багатьох країнах світу прискорює прихід глобальних лідерів експрес-доставки на локальний ринок, тим самим оптимізуючи міжнародні економічні відносини та посилюючи конкуренцію. До того ж, глобальні транспортні компанії принесли на ринок поняття “стандартів сервісу” та “корпоративної культури”, і довели своєю успішною діяльністю, що це вагомі складові успіху.

Список використаної літератури

1. Бондарєв С. І. Міжнародні перевезення автомобільним транспортом / С. І. Бондарєв. – К. : НУБіП, 2009. – 356 с.
2. Загальна інформація про Світову організацію торгівлі // Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article2015](http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article2015)
3. Кутах Ю.В. Транзитні зв’язки України та міжнародні транспортні коридори / Ю.В. Кутах // Економіст. – 2002. – № 1. – С. 50–57.

4. Мартинюк В.П. Митна система та економічна безпека держави: теорія і методологія [монографія]/ В.П. Мартинюк. – Тернопіль: Астон, 2010. – 256 с.
5. Офіційний сайт ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.asp>.
6. Пархомчук Д. Компанії та ринки: транспортна сфера [Текст] // Інвест газета. – 2008. – № 8. – С. 32–35.
7. Угода про Асоціацію між Україною та Європейським союзом. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk>
8. Харсун Л.Г. Інтеграція України в Європейську транспортну систему / Л.Г.Харсун // Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка. – 2004. – № 72. – С. 50–52.

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

К. В. Дорожкіна, студентка*

Постановка проблеми. Корпоративна культура існує на підприємстві починаючи від моменту появи організації і закінчуючи її ліквідацією. Разом з підприємством корпоративна культура розвивається та змінюється. Питання імплементації корпоративної культури в Україні є дуже актуальним, оскільки одним із визначальних векторів розвитку нашої держави на довгострокову перспективу є побудова соціально-орієнтованої ринкової економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем корпоративної культури займалися такі видатні вчені, як В. Аніщенко [1], М. Богатирьов, О. Грішнова [2], В. Євтушевський [3], А. Іванченко [4], К. Камерон, К. Льюїс, М. Маскон, Г. Назарова [5], А. Науменко, Т. Пітерс, Г. Хаєт [6] тощо. Проте, складність та багатогранність проблеми підвищення корпоративної культури на підприємствах потребує подальших досліджень.

Нині вітчизняні підприємці нехтують формуванням корпоративної культури у зв'язку з браком коштів, небажанням клопотатися, впроваджуючи певні заходи для підвищення корпоративної культури, а, головним чином, неусвідомленням ефекту від впровадження таких заходів. Інтенсивне формування корпоративної культури наявне тільки в іноземних компаніях, компаніях з іноземними інвестиціями або міжнародних корпораціях, оскільки за кордоном поняття корпоративної культури почало розглядатися значно раніше. Іноземці розуміють нагальну потребу формування високого її рівня.

Результати дослідження. Корпоративна культура являє собою важливу складову управління підприємством та має два рівні, а саме внутрішній і зовнішній. До внутрішнього відносять місію підприємства та основні цінності, а до зовнішнього – корпоративні видання, блоги, Кодекс корпоративної етики, девіз і слоган, логотип, емблему та іншу символіку. Вона є ресурсом підвищення ефективності та результативності бізнесу, формує імідж компанії серед споживачів, іноземних партнерів, інвесторів, а також міжнародних організацій. Корпоративна культура впливає, головним чином, на рівень продуктивності праці та ефективності діяльності підприємства.

* Науковий керівник – к. е. н., ст. викладач М. І. Яремова

Пропонується розглянути ефективність використання персоналу у ТДВ «ЖЛ» (табл. 1).

Таблиця 1

Ефективність використання персоналу у ТДВ «ЖЛ»

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2012 р., +/-
Прийнято працівників, осіб	787	1 663	561	-226
Звільнено працівників, осіб	1 061	1 445	517	-544
Відправлено на перепідготовку, осіб	-	2 366	-	-
Відправлено на підвищення кваліфікації, осіб	806	-	5	-801
Рівень продуктивності праці персоналу, грн	435 967	352 168	418 587	-17 380
Середньомісячна зарплата на 1 працівника, грн	2 646	2 063	2 200	-446
Відпрацьовано одним працівником, люд-год	2 004	1 996	2 001	-3
Продуктивність праці по оплаті праці, грн	14,2	14,2	15,9	+1,7

Джерело: розраховано за даними форми № 2 «Звіт про фінансові результати» та № 6-ПВ «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання».

Як видно з таблиці, майже, всі показники у 2014 р. порівняно з 2012 р. зменшилися. Проте, такий важливий показник, як продуктивність праці по оплаті, зріс. Це означає, що на кожному кожному додаткову гривню зарплати працівники виробляють продукції на 1,7 грн більше, ніж у 2012 р. Водночас, керівництво зменшило середню заробітну плату на 446 грн та збільшило кількість персоналу (199 ос.) на підприємстві. Усе це може призвести до того, що працівники змушені будуть сидіти на своєму робочому місці і думати як прожити за наявні кошти та в кого їх позичити. В таких умовах керівництву варто було б подумати про підвищення заробітної плати наявним працівникам, оскільки вони вже мають досвід праці на даному підприємстві, а не залучати нових. Крім того, за підвищення результативності праці варто виплачувати премії, підтримувати дружність працівників з метою допомоги один одному в реалізації спільної мети. Ефективна взаємодія співробітників підприємства дасть можливість отримати синергетичний ефект.

Варто було б залучати працівників до обговорення змін, що безпосередньо стосуються їх, щоб уникнути конфліктних ситуацій та невдоволення персоналу. Керівник повинен регулярно проводити бесіди зі співробітниками щодо напрямку розвитку підприємства, індивідуальних цілей, яких вони мають досягнути за певний строк. Таким чином, можна буде виявити недостатньо кваліфікованих кадрів, оцінити їх працездатність, вивчити особисті якості працівника.

Потрібно підвищувати кваліфікацію працівників, залучаючи іноземних спеціалістів, проводити «мозкові штурми» з працівниками, що стимулюватиме їхню активність. Співробітники повинні мати змогу обмінюватися досвідом з працівниками підприємств-партнерів, виїжджати закордон для стажування в іноземних підприємствах. Потрібно запровадити обмін працівниками для того, щоб можна було ефективно переймати досвід.

Підприємство повинно обов'язково здійснювати соціальний захист працівників, оскільки кожен з них повинен бути впевнений у майбутньому для себе особисто та його сім'ї. Графік роботи повинен бути нормований таким чином, щоб працівник мав змогу відновити свої розумові та фізичні здібності, уникати надмірного тиску та перевантажень. Таким чином, кожен приватний підприємець повинен усвідомити характер дії рівня корпоративної культури на діяльність підприємства, конкурентоспроможність, імідж своєї компанії, продуктивність праці та досягнення

стратегічних цілей діяльності підприємства. Впровадивши зазначені заходи працівники стануть більш ініціативними, прагнутимуть навчатися, розвиватися та підвищувати якість власної роботи, що сприятиме підвищенню рівня корпоративної культури на підприємстві.

Список використаної літератури

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 65–71.
2. Грішнова О. А. Корпоративна культура та стратегія підприємства: взаємозв'язок та взаємообумовленість / О. А. Грішнова, О. М. Голяка // Формування ринкової економіки: Зб. наук. пр. – Т. 2, ч. I. – К. : КНЕУ, 2007. – С. 176–186.
3. Євтушевський В. А. Корпоративне управління / В. А. Євтушевський. – К. : Знання, 2006. – 406 с.
4. Іванченко А. В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства / А. В. Іванченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2005. – № 4, ч. 2, т. 1. – С. 185–190.
5. Назарова Г. В. Корпоративне управління: навч. посібник. / Г. В. Назарова. – Х. : Еспада, 2003. – 531 с.
6. Хаєт Г. Л. Корпоративна культура./ Г. Л. Хаєт. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 423 с.

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД» В УМОВАХ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ ЗБУТУ

О. О. Забродський, студент*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Розвиток сучасних ринкових відносин призводить до підвищення вимог споживачів до продукції, яку вони споживають. Основним завданням підприємства, що нерозривно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості виробів і високою якістю, є досягнення конкурентоспроможності продукції на ринку. Сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, визначені у процесі оцінювання конкурентоспроможності продукції, дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку. Однак, визначення можливостей підприємства у конкурентній боротьбі та досягнення високих результатів стає все складнішим. Це пов'язано з необхідністю постійного пристосування до умов мінливого зовнішнього середовища. Крім того, важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності продукції і управління нею, так як це досить трудомісткий, інтегрований процес, що складається із взаємопов'язаних складових і від якого залежить конкурентоспроможність всього підприємства.

Теоретико-методологічні та прикладні питання розвитку конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності продукції досліджені в наукових працях зарубіжних вчених: А. Сміта, Д. Рікардо, Ф. Еджуорта, Дж. Робінсона, С. Брю, Дж. Кейнса, К. Макконнелла, Дж. Мілля, Ф. Найта, М. Портера, П. Хайне, К. Маркса,

* Науковий керівник – к. е. н., асистент Т. В. Усюк

Ф. Енгельса, В. Леніна, Г. Азоева, А. Юданова. Конкурентні відносини молокопереробних підприємств розглядаються в роботах В. Бойка, М. Ільчука, С. Камілової, О. Козак, Т. Мостенської, В. Пабата, М. Пархомця, В. Чагаровського та ін. Разом з тим, незважаючи на значну теоретичну базу залишаються невирішеними питання пов'язані з пошуком нових підходів та визначення стратегічних орієнтирів підвищення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств в умовах виходу на європейські ринки.

Основний матеріал. Загальновизнано, що основою конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможні національні підприємства. За визначенням В. Фоміна, конкурентоспроможність - складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та вдержати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами. Конкурентоспроможність є вагомим критерієм доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок. Україна є молодою державою, тому вітчизняні виробники майже не мають досвіду, щоб бути в змозі конкурувати з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорстокої конкуренції, високої насиченості товарних ринків та перевищення на них пропозиції над попитом. Українська продукція не відповідає основним критеріям міжнародних стандартів, тому тільки 1% українських товарів та послуг визнані конкурентоздатними на світовому ринку [1].

Основними критеріями оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку є такі, як::

- наявність споживача даного виду продукції;
- кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому й у сфері діяльності українського підприємства;
- важливість для конкурентів "панування" на тому сегменті ринку, який опанований чи планується до "завоювання" вітчизняним підприємством;
- основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів;
- політика горизонтальної інтеграції (з метою виявлення можливостей проведення контролю та управління станом сектору певної галузі);
- розмаїття методів конкуренції (ціни, якість, технологічний рівень, дизайн продукції, сервісні послуги, імідж підприємства, товарний знак тощо);
- стабільність попиту на продукцію, яку має підприємство на кожному сегменті ринку [3].

Якщо розглядати сучасну діяльність українських підприємств на міжнародному ринку, то можна стверджувати про велику обмеженість експортної номенклатури українських товарів: наша продукція більшою мірою представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тобто ринках сировинної продукції і стандартизованих масових готових виробів. В Україні на сьогоднішній день дуже повільно відбувається переорієнтація з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, іншими словами – високотехнологічними виробами. Тоді як сучасні тенденції світового ринку свідчать про перехід від цінової конкуренції до нецінової, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю значно ефективніша у використанні [2]. Недостатній рівень дослідження сутності і значення якості продукції продовжує бути однією з основних причин низької ефективності виробництва української продукції та її низької конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Окрім цього, в умовах майже повної залежності України від зовнішніх енергетичних ресурсів, та найвищої в Європі енергоемності найбільш експортованих товарів, неможливо говорити про конкурентоспроможність української

продукції.

В Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) Україна за 2014 р. опустилася на 11 позицій, посівши 84 місце зі 148 країн. Серед негативних факторів впливу на позицію України у рейтингу можна назвати: доступ до фінансування(16,7%), корупція(15,5%) та податкове адміністрування(11%) [4]. В 2015 році, проте, становище країни дещо покращилось і зараз Україна займає 76 позицію із 144 країн. Існуючі позиції України на зовнішньому ринку свідчать про дуже низьку конкурентоздатність українських підприємств у світі, що обумовлено рядом проблем, насамперед – сировинною структурою українського експорту. Для підвищення конкурентоздатності української продукції, необхідно брати приклад з розвинутих країн, де конкурентоспроможність постійно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Можна стверджувати, що українські підприємства мають великий потенціал для виходу на міжнародний ринок, але тільки за умови комплексних дій держави можна вивести вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

У сучасних ринкових умовах головною метою діяльності підприємства є досягнення конкурентних переваг в довгостроковому періоді, які нададуть високу норму прибутку та стабільне економічне зростання. З приводу забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства актуальним стає утримання наявних ринкових позицій та пошук нових можливостей, що сприятиме розширенню ринків збуту та зростанню економічної ефективності. Вітчизняний ринок недостатньо місткий та не здатний поглинути всю запропоновану продукцію, що примушує підприємство виходити на зовнішні ринки, конкуренція на яких значно вища. Тому для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідний єдиний стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг.

Для ПрАТ “Тернопільський молокозавод” найважливішою функціональною стратегією є маркетингова, оскільки вона забезпечує обґрунтування ринкової спрямованості підприємства і є основою діяльності фірми у конкурентному середовищі. В залежності від частки на ринку використовують три типи маркетингової стратегії: атакуючу, оборонну і відступну. Беручи до уваги цілі та завдання ПрАТ “Тернопільський молокозавод”, а також ситуацію, що складається на ринку молокопродуктів, визначено ту чи іншу конкурентні стратегії (табл. 1).

Таблиця 1

**Планування стратегії ПрАТ “Тернопільський молокозавод”
на ринку молочної продукції до 2020 року**

Вид маркетингової стратегії	Типи стратегування	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Диверсифікація	Атакуюча						
	Оборонна						
	Відступу						
Сегментація	Атакуюча						
	Оборонна						
	Відступу						

 Атака

 Оборона

 Можливий відступ у зв'язку зі зменшенням попиту

Джерело: власні дослідження

Головні напрями маркетингової стратегії включають стратегії диверсифікації і сегментації. Перша з яких включає в себе освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а друга – поглиблення насиченості товарами всіх груп споживачів, вибір максимальної глибини ринкового попиту.

Висновки і пропозиції. Для ПрАТ “Тернопільський молокозавод” доцільно обрати конкурентну стратегію глибокого проникнення на ринок, оскільки вона передбачає збільшення обсягів збуту та ринкової частки підприємства без зміни його товарних та ринкових позицій. Цю стратегію можна вважати для товариства надійною, так як вона характеризується низьким комерційним ризиком. В результаті ПрАТ “Тернопільський молокозавод”, при її реалізації, залишиться або у виграві, або ж функціонуватиме стабільно, без змін, як і на попередніх етапах своєї діяльності.

Список використаної літератури.

1. Алтухова І. Н. Конкурентоспособность предприятий на внешнем рынке / І. Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2008. – Вип. 1. – С. 106–111.
2. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія / Л.В.Балабанова, В.В.Холод. - Донецьк: Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. - 147 с.
3. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О. А. Кириченка. — К.: Знання, 2005. — 494 с.
4. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] // I World Economic Forum – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-rep..>

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКСПОРТУ ЯК СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА ДІЯЛЬНОСТІ ДП “ЖИТОМИРСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО”

Н. В. Кравчук, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Розвиток національної економіки потребує нових підходів в господарській діяльності підприємства. Значна роль при цьому належить стратегічному аспекту управління як інструменту забезпечення ефективної діяльності не тільки на поточний момент, але і на довгострокову перспективу. Стратегічною альтернативою є диверсифікація експортної діяльності підприємства, яка дає можливість розширити асортимент продукції, змінити вид діяльності, освоїти нові виробництва з метою збільшення обсягів конкурентоспроможної продукції та її реалізації як на національному, так і міжнародних ринках.

Науковий внесок в дослідження стратегії диверсифікації діяльності, у тому числі і аграрних підприємств, зробили такі вчені, як В. Андрійчук, О. Гребенькова, В. Комісаренко, М. Корінько, М. Кропивко, Н. Матвієнко, В. Россоха, В. Сафронов, П. Саблук, Г. Черевко, тощо. Серед зарубіжних авторів слід відмітити наукові праці І. Ансоффа, Б. Карлоффа, Г. Кені, К. Кляйна, М. Паскье та багатьох інших. Проте, недостатня увага приділена саме процесу стратегії диверсифікації експорту підприємств, що обумовило доцільність проведення дослідження.

Основний матеріал. В економічному середовищі підприємствам надзвичайно важливо розробити ефективну стратегію розвитку експортного потенціалу підприємства. Стратегічною альтернативою є диверсифікація діяльності підприємства

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

як різнобічний та багатогранний процес, який за своєю специфікою являється складним, але в той же час і практичним варіантом розвитку.

У найбільш загальному вигляді диверсифікація розглядається як комплекс аналітичних, організаційних, контролюючих заходів, спрямованих на створення, підтримку та розширення економічно вигідних напрямів діяльності підприємства для досягнення його стратегічних цілей. Відповідно диверсифікація експорту визначається як збільшення кількості видів і найменувань продукції і послуг, призначених для експорту. Розрізняють географічну диверсифікацію експорту (ринкову) – збільшення обсягу вирученої продукції за рахунок завоювання нових ринків збуту. Також виділяють продуктову диверсифікацію експорту (товарну), що пов'язана зі збільшення обсягу реалізованої продукції за рахунок розширення її асортименту.

Обираючи стратегію диверсифікації, необхідно орієнтуватися на практичну реалізацію розробленої корпоративної місії, постійний аналіз поточної ситуації, оцінку конкурентної позиції та привабливості галузі із врахуванням переваг та недоліків її впровадження. Результати оцінки можливостей ДП “Житомирське лісове господарство” в контексті наявних у нього ресурсів дає змогу передбачити стратегічні альтернативи. ДП “Житомирське лісове господарство” ефективно здійснює свою господарську діяльність. Підприємство підвищило свою прибутковість у 6 разів. Аналіз ресурсного забезпечення свідчить про ефективність його використання. Так, підвищення рівня фондоозброєності на 39,4 % призвело до зростання рівня фондівіддачі на 3,2 %. Підвищилася продуктивність праці на 57,0 %, зросла середньорічна заробітна плата на 80,9 %. ДП “Житомирське лісове господарство” має стабільний економічний стан та значний потенціал до зростання. Пріоритетним напрямом діяльності ДП “Житомирське лісове господарство” є зовнішньоекономічна діяльність. Підприємство експортує досить значну частку власної продукції, тому диверсифікація повинна забезпечити стійкість підприємству та надати йому значних конкурентних переваг. За таких умов найприйнятнішим варіантом розвитку є стратегія диверсифікації, яка спрямована на оновлення асортименту продукції та розширення ринків збуту. ДП “Житомирське лісове господарство” повинно інтенсивніше розвивати деревопереробний сектор виробництва, особливо після набрання чинності закону про мораторій на експорт деревини в круглому вигляді.

Диверсифікацію експорту ДП “Житомирське лісове господарство” може бути здійснено декількома способами, кожен з яких має як переваги, так і недоліки. Безпосередній вибір способу здійснення розширення діяльності підприємства залежить від ряду чинників, з-поміж яких найбільш суттєвими є наявність фінансових ресурсів, та стратегічні горизонти диверсифікації (отримання результатів розширення у найближчій чи віддаленій перспективі). При цьому специфічним способом продуктової диверсифікації експорту вбачається створення нової стратегічної бізнес-одиниці. Такий спосіб для диверсифікації ДП “Житомирське лісове господарство” є єдиним можливим в контексті забезпечення підприємству конкурентних переваг.

Імплементация стратегії диверсифікації безпосередньо реалізується за допомогою ресурсного забезпечення, а саме матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів. Основним елементом вбачаються фінансові ресурси, оскільки наявність всіх груп ресурсів залежить насамперед від джерел фінансування. Взаємозв'язок фінансових ресурсів підприємства та інших складових є двостороннім з огляду на те, що наявність та використання фінансових ресурсів підприємства впливають на мотивацію виходу підприємства до нових видів діяльності. Оптимальним же варіантом фінансування стратегії диверсифікації експорту ДП “Житомирське лісове господарство” вбачається комбінування джерел, оскільки використання виключно внутрішніх джерел фінансування не забезпечуватиме підприємство фінансовими ресурсами у повному обсязі. Крім того, за таких умов підприємство одноосібно приймає всі фінансові та підприємницькі ризики. Використання ж лише зовнішніх

джерел фінансування диверсифікації є достатньо проблематичним з огляду на високу вартість запозичених фінансових ресурсів. Комбіновані джерела фінансування вбачаються такими, що здатні забезпечити економічно обґрунтований обсяг необхідних ресурсів за мінімального ризику.

Висновки та пропозиції. Таким чином, результати оцінки можливостей ДП “Житомирське лісове господарство” в контексті наявних у нього ресурсів дає змогу передбачити стратегічні альтернативи. Варіантом розвитку є стратегія диверсифікації експорту, яка може бути здійснена декількома способами. Вибір способу залежить від наявності фінансових ресурсів та стратегічних горизонтів диверсифікації. Для ДП “Житомирське лісове господарство” оптимальним вбачається створення нової стратегічної бізнес-одиниці. Варіантом фінансування стратегії пропонуються комбіновані джерела. Диверсифікація експорту як дієва стратегічна альтернатива орієнтована на забезпечення ринкової стійкості та надання конкурентних переваг підприємству.

Список використаної літератури

1. Корінько М. Д. Оцінка результатів диверсифікації діяльності підприємства / М.Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №3. – С. 52–57.
2. Матвієнко О. С. Перспективи диверсифікації виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств / О. С. Матвієнко // Аграрний вісник Причорномор'я. – 2008. – №4. – С. 121–125.
3. Сафронов В. Диверсификация в аграрной экономике / В. Сафронов, С. Дябин, Е. Овсянников // АПК: экономика, управление. – 2007. – №6. – С. 58–59.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ РИНКІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

І. В. Калініченко, студентка*

Постановка проблеми. Світові інтеграційні процеси набувають стрімкого розвитку. Це обумовлює необхідність проведення реформ, тобто посилення ролі держави в розвитку економіки, у т.ч. її аграрного сектора. У зв'язку з цим актуальним є визначення стратегії державного регулювання розвитку агропромислового комплексу України в умовах глобалізації.

Чимало питань стосовно впливу процесів глобалізації на світовий аграрний ринок і на рівень регуляторних повноважень української держави в процесах регулювання національного агропромислового комплексу залишаються недостатньо дослідженими і потребують поглибленого вивчення. Стратегічний курс на економічні реформи, прорив на якісно нові рубежі розвитку в контексті загальної трансформації економіки України передбачає створення умов, які б забезпечили шляхи входження до фази економічної сталості і зростання агропромислового комплексу. У зв'язку з цим особливого значення набувають наукові дослідження, в яких здійснюється аналіз закономірностей поведінки суб'єктів ринкових відносин у трансформаційний період та розробка теоретичних і методологічних основ даного процесу.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню питань глобалізації та процесу адаптації АПК України до викликів глобального характеру присвятили свої публікації

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

І. Михасюк, О. Могильний, Г. Мостовий, П. Саблук, О. Сидоренко та ін. Питанням визначення можливого впливу глобалізації на розвиток різних секторів агропромислового комплексу України присвятили свої роботи А. Гончарук, С. Зоря, Ю. Лузан, П. Саблук, Ш. фон Крамон-Таубадель та ін. Також було досліджено проблеми становлення ринкових відносин в АПК України. Дані проблеми були розглянуті такими вітчизняними вченими-економістами, як Білик Ю.Д., Борщевський П.П., Губський Б.В., Дем'яненко М.Я., Діденко М.М., Карич Д.Я., Коваленко Ю.С., Лукінов І.І., Пасхавер Б.Й., Пелішенко В.Т., Саблук П.Т., Ситник В.П., Чухно А.А., Шпичак О.М. та ін. Аналіз опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, присвячених дослідженню цієї багатогранної і актуальної проблеми, показав, що вона має ще багато недосліджених теоретичних питань.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняній практиці для функціонування аграрного ринку не створено мережі державних та професійних організацій, які б сприяли збалансуванню попиту та пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції через відповідні механізми реалізації продовольчої продукції, гарантували суб'єктам ринку її збут на конкурентній основі та за вигідною ціною.

Ринок сільськогосподарської продукції функціонує в умовах слаборозвинутої ринкової інфраструктури, неефективних заходів державного регулювання розвитку агропромислового комплексу, низького матеріально-технічного та інформаційного забезпечення. Інфраструктура сучасного ринку сільськогосподарської продукції характеризується тим, що сільськогосподарські товаровиробники в переважній більшості не займаються заготівлею і переробкою сільськогосподарської продукції, а реалізують її посередникам. Посередники, диктуючи сільськогосподарським товаровиробникам умови збуту і реалізації продукції, завищують ціни, що призводить до недоотримання виробниками частини доходу.

Надходження від підприємств агропромислового комплексу до Зведеного бюджету України формують 9-11 % від загальних доходів. В 2013 р. вони становили 47 млрд грн, що на 4,9 млрд грн. перевищило показник 2012 р.

Україна є одним з провідних виробників продовольства у світі. Потрібно зазначити, що за останні роки відбулися позитивні зміни у структурі виробництва сільськогосподарської продукції: найбільша динаміка зростання спостерігається саме на сільськогосподарських підприємствах – 20,8%, в господарствах населення – 5,5 %.

Зовнішньоторговельний обіг продукції агропромислового комплексу України за 7 місяців 2014 року склав 13,3 млрд дол. США або 20,5% зовнішньоторговельного обігу України, сальдо позитивне і склало 5,3 млрд дол. США. Найвагомими чинниками позитивного сальдо сільськогосподарської продукції залишаються обсяги зернових культур (36,8%), олії (25%) та насіння олійних культур (5,8%).

Регулярна структура експорту за 7 місяців (січень-липень 2014) становить 32,1% до країн ЄС, 33,8% до країн Азії, 17,7% до країн СНД, 14,4% до африканських країн.

У зв'язку з політичною ситуацією та умовами воєнної агресії та економічного спаду відносин з Російською Федерацією, пріоритетними ринками збуту вітчизняного продовольства є країни ЄС, Близького Сходу, Північної Африки та Східної Азії.

Перед аграрним сектором стоять масштабні завдання. Основні з них знайшли своє відображення в Стратегії розвитку аграрного сектора економіки на період до 2020 року, затвердженої Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.10.2013 р. № 806-р. [1]

Але, незважаючи на це все на сучасному етапі розвитку фінансовий стан більшості сільськогосподарських підприємств, та їх соціальної сфери є незадовільним. Сільське господарство країни є проблемною нестабільною галуззю, яка практично не забезпечена сучасною технікою та новими технологіями, що призводить до низької продуктивності виробництва та не конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

Для виведення агропромислового комплексу із кризового стану в умовах глобалізації економіки передбачається посилення державного регулювання щодо фінансового стану підприємств, яке повинно бути спрямоване на створення економічно ефективного агропромислового виробництва, поглиблення ступеня переробки та покращання зберігання сільськогосподарської продукції. А саме потрібно формувати ринки матеріальних ресурсів і капіталу, ефективно використовувати наявний земельний фонд, розвинути мережі інфраструктури сервісного обслуговування, реформувати соціальну сферу села та розбудувати її інфраструктуру.[2, с.392]

На жаль, дотепер на державному рівні не розроблено чіткої стратегії реформування системи державної підтримки АПК за правилами СОТ. Для успішного просування національної агропродовольчої продукції на світові ринки необхідно скорегувати державну стратегію розвитку агропромислового комплексу.

У наш час в Україні існує гостра демографічна проблема в сільській місцевості. Досить високими темпами зростає трудова міграція сільських жителів.

Виходячи з вищесказаного можна зробити висновок, що для успішного розвитку АПК країни в умовах глобалізації економіки, необхідно проводити державну політику постійного підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектора. Система державного регулювання розвитку АПК України в умовах глобалізації недосконала і головне завдання держави полягає в тому, щоб забезпечити баланс інтересів усіх суб'єктів ринку: виробників, переробників, трейдерів, споживачів, держави, а також не допустити неконтрольованого експорту сировини й продовольчих товарів. Агропромисловий комплекс України повинен розвиватися як експортно-орієнтована сфера й бути складовою стратегії економічного розвитку держави, його продовольчої, енергетичної безпеки та розвитку сільських територій.

Висновки. Цілком очевидно, що сучасна структура вітчизняного аграрного сектора економіки деформована, з переважаючою часткою виробництв із малою або середньою глибиною переробки, що забезпечує їй місце лише на найнижчих щаблях світового господарства. Відповідно, важливим напрямом структурної перебудови аграрної економіки є зміна пропорцій між виробництвом сировинних і споживчих товарів, а також – і сферою послуг.

Світові ринки тісно пов'язані між собою – зміна на одних викликає ланцюгову реакцію на інших. Для України характерна значна частка експорту, у тому числі сільськогосподарської продукції, тому потрібно вести активну боротьбу за своє місце у світовій економічній ієрархії. Адже надходження від експорту доволі значні, що, крім поліпшення економічного та фінансового стану виробників, сприяє позитивному сальдо зовнішньої торгівлі, поліпшує платіжний баланс, зміцнює національну грошову одиницю тощо.

Список використаної літератури:

1. Михасюк І. Державне регулювання економіки в умовах глобалізації. / І. Михасюк – Л.: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 39 с.
2. Качан Є. П. Регіональна економіка / Є.П. Качан – К. : Знання, 2011. - 670 с.

ПЕРСПЕКТИВИ СПІЛЬНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ (САП) ЄС

Постановка проблеми. Характерною тенденцією сучасного етапу розвитку світової економіки є загострення глобальної конкуренції, яка нерідко провокує численні торговельні конфлікти і, як наслідок, змушує постіндустріальні країни світу відмовлятися від протекціоністської моделі сільського господарства й поступово переходити до регулювання аграрного сектору на неоліберальних засадах. Такі дії країн-лідерів потребують оптимізації підтримки сільськогосподарських виробників, зокрема щодо скорочення обсягів продукції, що випускається та підвищення ефективності всього аграрного виробництва. Не виключенням при цьому став Європейський Союз, сільське господарство якого відноситься до так званих чутливих галузей економіки, що потребують постійних дотацій зі спільного бюджету цього угруповання. Тим не менше, надмірне зростання витрат на підтримку аграрного сектору спільноти призводить до невдоволення та протидії з боку торговельних партнерів, а також викликає суперечності між країнами-реципієнтами та країнами-донорами бюджетних ресурсів ЄС.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою формування і реалізації заходів Спільної аграрної політики (САП) ЄС займалися такі вітчизняні дослідники, як С. Дем'яненко, С. Кваша, Т. Зінчук, К. Кваша, В. Білозубенко та ін.

Виклад основного матеріалу. Поточна ситуація на світових ринках, прогрес у домовленостях у рамках СОТ про лібералізацію торгівлі аграрною продукцією, з одного боку, і розбіжності у рівнях розвитку аграрного сектору окремих країн ЄС, що склалися історично, з іншого, обумовлюють необхідність у регулярному перегляді САП, удосконаленні інструментів політики та визначенню нових цілей.

Порядок денний «2000» (Agenda 2000) поклав початок лібералізації виробничого процесу агропродукції та ухваленню нових фундаментальних принципів САП. По-перше, було запроваджено принцип «багатофункціональності», що поставив сільськогосподарського виробника у центр соціальної, культурної та природної системи. По-друге, було проголошено формування особливої «європейської моделі сільськогосподарської діяльності», що полягає у посиленні життєздатності та конкурентоспроможності сільського господарства ЄС, включаючи регіони з порівняно гіршими умовами виробництва.

Відтак нова стратегічна програма розвитку сільського господарства на 2007-2013 рр. визначала наступні ключові сфери регулювання та підтримки агросектору.

1. Посилення конкурентоспроможності сільського господарства.
2. Захист навколишнього середовища в сільській місцевості. Державна підтримка в цій сфері сконцентрувалася на впровадженні енергозберігаючих технологій; збереженні водних, ґрунтових і лісових ресурсів; зниження шкідливого впливу аграрного сектору на клімат та пов'язані з ним сфери.
3. Поліпшення якості життя в сільській місцевості і стимулювання несільськогосподарської зайнятості.

Європейський Союз щорічно витрачає понад 40 млрд. євро на реалізацію САП, тобто майже 45 % свого бюджету, у той час як внесок сільського господарства у валовий внутрішній продукт ЄС становить тільки близько 2 %, а кількість працездатного населення ЄС, зайнятого в цій галузі, не перевищує 6 %.

Прагнення ЄС скоротити бюджетні витрати на САП обумовлені зобов'язанням країн-учасниць СОТ щодо відмови від експортних субсидій почалися з 2013 року. Розуміючи важливість підтримки реформування САП серед населення ЄС, в середині

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

2010 року Європейська Комісія організувала публічне обговорення очікувань від реформованого САП. На підставі результатів громадських обговорень та обміну думками з Радою та Європейським Парламентом, Європейська Комісія представила 18 листопада 2010р. доповідь «САП до 2020 року», в якій викладаються прогнози щодо майбутнього розвитку САП. Крім того, на базі цієї доповіді Комісія підготувала пропозиції до зміни правової бази ЄС.

Наразі здійснення САП відбувається через низку взаємопов'язаних інструментів, які Європейська Комісія групує у два основні «стовпи»:

- перший «стовп» включає спільну організацію ринків та пряму підтримку фермерів;

- другий «стовп» САП передбачає розвиток сільської місцевості.

Обидва «стовпи» пов'язані через принцип модуляції, що передбачає поступове скорочення розміру прямих платежів та спрямування вивільнених коштів на розвиток сільської місцевості.

З метою компенсації потенційних втрат ЄС від більш ліберальних правил світової торгівлі в реформування САП робиться акцент на наступних кроках:

1. Переформатування субсидій. Під впливом тенденції відмови від прямих субсидій, цінової підтримки та інших заходів, які підпадають під визначену додатком дві «Угоди про сільське господарство» СОТ «жовту скриньку», реформи САП направлятимуть все більшу частину таких субсидій на заходи пов'язані з програмами регіонального розвитку, науковими дослідженнями та удосконаленням інфраструктури (заходи «зеленої скриньки»).

2. Санітарні та фітосанітарні заходи відловлюючись від тарифного захисту, ЄС все частіше застосовуватиме нетарифні бар'єри для сільгосппродукції конкуруючої з її власним виробництвом. В першу чергу будуть використовуватися вимоги до безпеки їжі, а саме в сфері санітарного та фітосанітарного контролю.

3. Захист прав інтелектуальної власності (географічні позначення). ЄС лобіюватиме внесення змін у правила СОТ, що орієнтовані на більш жорсткий захист географічних найменувань та загалом прав інтелектуальної власності [1].

Пріоритетом САП ЄС на плановий період 2014-2020 рр. є стратегія «Європа 2020», яка визначає такі фактори зміцнення економіки:

- розумне зростання;
- сталий розвиток;
- всеосяжне зростання.

Визначені основні напрями діяльності, якими слід керуватися європейським державам:

- зайнятість;
- дослідження й інновації;
- зміна клімату і енергетика;
- освіта;
- боротьба з бідністю;

Загальний обсяг видатків на прямі та маркетингові платежі скоротяться у 2014-2020 рр. порівняно з 2007-2013 рр. на майже 10%. Крім того, розмір прямих платежів буде змінено залежно від країни одержувача: для країн старих членів ЄС ці виплати будуть скорочені на 5%, а для нових членів ЄС – збільшаться на 60%.

З 2014р. Почався особливий режим підтримки малих форм господарювання (до 10% річного бюджету прямих платежів у країні). Фермер отримуватиме одноразову виплату, при цьому передбачено спрощений контроль і подання заявки на одержання ПП (прямі платежі). Щоб уникнути штучного подрібнення великих ферм для отримання цих спрощених субсидій, їх будуть виплачувати наявним малим фермам або їх спадкоємцям.

Таким чином, у рамках ЄС намагаються виправити перекис чинної схеми розподілу ПП, яка зосереджує близько 80% виплат у 20% сільських господарств, що зменшує конкурентоспроможність малих форм господарювання і не сприяє їх розвитку.

Стимулювання екологізації сільського господарства у рамках САП ЄС забезпечуватиметься за допомогою схеми екологічно сприятливих платежів, так званих «зелених» платежів. **На диверсифікацію культур** (вирощування не менше трьох), Утримання постійних пасовищ, формування екологічних зон з консервацією 5%, згодом 7% землі, збереження біорізноманіття і елементів ландшафту) і на неї спрямовуватиметься 30% національного річного бюджету ПП. Субсидії на ці цілі встановлюються пропорційно площі сільгосп угідь без фіксації верхньої межі виплат фермеру. **На допомогу фермерським господарствам для вирішення завдань, пов'язаних з якістю ґрунту і води, зміною клімату [2].**

Висновки та пропозиції. САП є однією з найважливіших наднаціональних політик ЄС, фінансування якої здійснюється зі спільних фондів. Основними напрямками субсидування є організація континентальних ринків через запровадження цінового регулювання, а також прямої підтримки фермерів, обсяги якої у зв'язку з переходом до неоліберальної моделі постійно зменшуються.

Пріоритети САП країн ЄС важливі як цільові орієнтири для формування і реалізації виваженої сучасної аграрної політики, яка б забезпечувала збалансованість сільськогосподарського і сільського розвитку.

Список використаних джерел:

1. Національна академія державного Управління при Президентові України: Гоголь Т. В. стаття САП ЄС її адаптація до умов регіонального розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Gogol.pdf>
2. Інститут розвитку аграрних ринків: Новини: Основні пріоритети САП ЄС – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amdi.org.ua/uk/home/amdi-news/21-news/300-the-main-priorities-of-the-common-agricultural-policy-cap-of-the-eu.html>

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО ФІНАНСОВОГО СЕРЕДОВИЩА. СВІТОВІ ФІНАНСОВІ КРИЗИ

О. Р. Вознюк, студентка*

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки пов'язана з різким зростанням активності ТНК, які створюють регіональні й глобальні виробничі мережі. Тенденція формування транснаціональними фірмами інтегрованих систем міжнародного виробництва відкриває нові можливості для економічного зростання, але водночас ставить і нові вимоги щодо переваг розміщення, які динамічно змінюються. Фінансова глобалізація, з одного боку, дає змогу країнам отримати більше потрібних їм ресурсів грошей та капіталу, а корпораціям — здобути додаткові прибутки від ефективного інвестування вільних ресурсів. З іншого боку, вона приховує потенційну небезпеку збільшення глобальної фінансової нестабільності, а отже — значних втрат для всіх суб'єктів, що оперують у глобальному фінансовому середовищі.

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз проблем фінансової глобалізації, розвитку глобалізаційних процесів, їхнього впливу на різні сфери суспільного життя, особливостям формування фінансової системи в сучасних умовах присвятили свої роботи вітчизняні та іноземні фахівці, науковці й практики, зокрема Т. Левіт, А. Тейлор, М. Обстфелд, Г. Гескюере, Д. Лук'яненко В. Лукашевич, І. Хоминич, А. Макушкін, А. Архипов, В. Захожай та інші. Також процеси, які лежать в основі фінансової глобалізації, і їх зв'язок з кризовими явищами досліджується в працях вчених: М. Бордо, П. Бустело, К. Гарсія, Б. Ейхенгрін, Дж. Кіма, П. Кругмана, З.О. Луцишин, П. Мессона, І. Олів'є, К. Окіни, О.І. Рогача, Д. Чо, І. Шина, М. Ширакави, Ш. Ширацуки та інших.

Виклад основного матеріалу. Економіка глобалізується внаслідок виникнення нових форм конкуренції, коли дедалі більше суб'єктів світогосподарських зв'язків не мають певної державної належності.

Об'єктом дослідження є світова фінансова система в умовах сучасної зміни її парадигми під впливом глобалізації.

Метою роботи є дослідження причин виникнення і розвитку сучасної світової фінансової кризи та визначення напрямів щодо її запобігання.

На сучасному етапі, Гонконг третій рік поспіль залишається лідером рейтингу найбільш глобалізованих країн і територій світу, свідчать результати дослідження, проведеного міжнародною аудиторсько-консалтинговою компанією Ernst & Young. Автори доповіді опитали 730 керівників великих корпорацій по всьому світу, і склали "індекс рівня глобалізації" для 60 найбільших економік світу. Гонконг зайняв перше місце в цьому рейтингу з показником 7,81 балів, випередивши Сінгапур (6,31 бали) і Ірландію (5,63). Автори наукових досліджень, зокрема, виділили таку важливу перевагу Гонконгу, як найвищий рівень охоплення швидкісним інтернетом. Проте зростання цін на житло, погана якість повітря і брак місць у міжнародних школах призвели до деякого скорочення припливу трудових мігрантів в Гонконг. Тим не менш, колишній британський анклав може утримати лідерство в цьому рейтингу до 2015 року. У першу десятку списку також увійшли Бельгія, Швейцарія, Нідерланди, Швеція, Данія, Угорщина і Великобританія. Материковий Китай опинився на 44-му, Росія - на 48-му місці.

В Україні є достатні умови для того, щоб активно інтегруватися в загальноцивілізаційні світові процеси. Сильною категорією є торгівля: показник відкритості для торгівлі вище середнього, а також високий відсоток торгових надходжень (експорт + імпорт) у ВВП (111%, тоді як середній показник в індексі становить 99%). Проте позитивний ефект від цих показників нівелює оцінка «нижче середнього» через тарифні і нетарифні бар'єри, зручності для міжнародної торгівлі і розрахункові обмеження. З 2012 по 2013 рік кількість користувачів широкосмугового доступу збільшилася, відсоток торгових надходжень (експорт + імпорт) у ВВП виросте зі 108% до 114%. Третій рік поспіль Україна залишається на 44 місці у загальному рейтингу глобалізації світових економік з 60 країн світу. Показники, які покращилися – це: приріст прямих інвестицій (внутрішніх і зовнішніх, % ВВП) з 0,7% (при середньому показнику для індексу 3,6%) до 4,1% (при середньому показнику 4,5%); розвиток туризму (внутрішній і зовнішній, у розрахунку на 1000 осіб населення), з 202 (при середньому показнику 857) до 938 (при середньому показнику 1308). У той час як за прогнозами вчених в 2013 році приріст глобального ВВП складе лише 4%. Дослідження індексу рівня глобалізації знову пророкує продовження процесів глобалізації – як у цьому році, так і надалі, аж до 2015 року.

Дослідження показали, що вплив глобалізації на національну економіку України досить складний та суперечливий. Існують як позитивні, так і негативні сторони. Позитивні сторони очевидні: можливість брати активну участь в обговоренні режимів регулювання міжнародних економічних відносин; скорочення витрат на здійснення

зовнішньоекономічних операцій, що сприятиме підвищенню цінової конкурентоспроможності українських виробників. Цим самим наша країна виконає одну з головних умов поглиблення відносин з Європейським союзом та отримає можливість захисту інтересів України та її підприємств відповідно до міжнародних форм та процедур. Також позитивним фактором глобалізації для України є можливість її входження до міжнародних коопераційних проектів, що забезпечить інвестиційну привабливість України для іноземних інвесторів та розширити можливості більш вільного доступу до зарубіжних ринків за рахунок зменшення тарифних і нетарифних перешкод.

Негативні наслідки глобалізації – це: домінування економічно розвинених країн; пригнічення розвитку окремих галузей національної економіки, які через заміщення їх імпортом не готові до міжнародної конкуренції; соціальна нерівність у порівнянні з економічно успішними країнами; глобалізація вивільнює економічні сили, які поглиблюють нерівність у сфері зайнятості у питаннях продуктивності праці, матеріального добробуту та ін. Як результат, негативні чинники фінансової глобалізації спричиняють світові фінансові кризи.

Основними наслідками світової фінансової кризи є серія банкрутств провідних світових фінансових компаній та поширення фінансової кризи на реальний сектор світового господарства, падіння попиту на світових ринках і, як результат, обвал цін на сировинних ринках, стагнація провідних економічних систем. Так, у серпні-вересні 2008 р. ціна на метал у середньому за вісьмома регіонами світу впала на 18,3%, ціни на нафту знизилися на 26,5%.

Але незалежно від становища на фінансовому, нафтовому і продовольчому ринках, що склалося, необхідно пам'ятати, що ця криза є складовою частиною циклічного розвитку економіки. Фактично, світ із періодичністю 10-12 років переживає цикл криз, які характерні для капіталістичного виробництва.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, питання негативного чи позитивного впливу фінансової глобалізації за критерієм ризику виникнення валютних криз залишається дискусійним. З одного боку, порівняно з повоєнним періодом сучасний період глобалізації призвів до зростання частоти валютних криз, але з середини 1980-х рр. при продовженні процесу фінансової глобалізації спостерігався обернений ефект. Усередині сучасного періоду глобалізації валові міжнародні потоки приватного капіталу, як один із проявів фінансової глобалізації, здійснюють, навіть, швидше позитивний антикризовий вплив. Але просування країн із високим середнім доходом, Східної Азії та Латинської Америки швидше за інших у напрямі залучення до фінансової глобалізації негативно відобразилося на стабільності валютних ринків цих країн. Країни з високим доходом і доходом нижче середнього навпаки внаслідок відносно більшого руху капіталу вигравали у стабільності. Існують аргументи на користь наявності певного середнього рівня фінансової глобалізації, яка максимізує або мінімізує рівень валютної стабільності. Але застосування різної методології дає суперечливі результати щодо характеру впливу цього середнього рівня. Надалі можливе використання аналізу ефекту від фінансової глобалізації на валютні кризи з урахуванням кількості населення в країнах або значення цих країн у світовій економіці.

Список використаної літератури:

1. RogachWorld Financial Architecture // Modern Problems of International Relations. – 2002. – Vol. 37 (Part II). – P. –42.
2. Інститут економічних досліджень і політичних консультацій // Місячний економічний моніторинг України. – 2008. – № 10. – С. 14-21.
3. Степанюк Є. Фінансові дисбаланси на світових ринках та антикризова політика центральних банків // Банківська справа. – 2008. – № 6. – С. 66-80.

4. Вахненко Т.П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми дії, заходи подолання // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 3-21.

5. BordoEichengreenIs Our Current International Economic Environment Unusually Crisis Prone? // RBA Annual Conference Volume. – Reserve Bank of Australia, 1999. – P. –74.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

О. О. Іванченко, магістрант

Сьогодні за умов ринкової економіки необхідність удосконалення управління витратами підприємства зумовлена насамперед тим, що управління витратами підприємства є однією з основних складових комплексної системи менеджменту підприємства. Будь-яке підприємство, не зважаючи на форму власності, не може обійтися без попереднього підрахунку витрат на випуск конкретного виду продукції, виконання певного виду робіт чи надання послуг або ж сукупних витрат по підприємству в цілому. Тому дослідження питань щодо удосконалення системи управління витратами на сьогоднішній день є актуальними та своєчасними.

Дослідження теоретичних основ та практичного застосування різних систем управління витратами знайшли своє відображення в працях вітчизняних і закордонних учених: Бутинця Ф. Ф., Варналія З. С., Пилипенка О. О., Шандової Н. В., Панасюка В. М., Савицької Г. В., Швайки А. І., Шумила Ю. О., Цаль-Цалко Ю. С., Гладчука Г. Г., Черепа А. В., та ін. Однак при всій значимості проведених наукових досліджень, окремі питання підвищення ефективності управління витратами підприємства вивчені недостатньо. Зокрема, розглядаються різні підходи до факторів впливу на витрати підприємства, виявлено розходження в методиках розрахунку, аналізі, основних показниках і комплексній оцінці витрат підприємства. Вимагають подальшого розвитку питання розробки конкретних механізмів пошуку і реалізації внутрішніх резервів економії витрат підприємств.

Тому метою статті є узагальнення підходів до управління витратами на підприємстві, висвітлення основних проблем у цьому контексті та пошук шляхів їх подолання.

Особливо актуальна проблема управління витратами для вітчизняних підприємств, які нині перебувають на етапі пошуку раціональних організаційних форм і методів менеджменту з урахуванням міжнародних вимог і правил. Усе це, в свою чергу, підвищує вимоги до кваліфікації фахівців економічного профілю, оскільки саме вони повинні на підприємстві формувати систему управління витратами, опрацьовувати методичну базу планування, обліку витрат, калькулювання продукції, обґрунтовувати заходи щодо раціонального використання ресурсів та їх економії.

Тому, на нашу думку, під управлінням витратами слід розуміти динамічний процес, який включає управлінські дії, мета яких полягає у досягненні високого економічного результату діяльності підприємства. Воно не повинно зводитись лише до зниження витрат, а, навпаки, поширюватись на всі елементи управління.

Відмітимо, що необхідність дослідження проблеми управління витратами зумовлена, по-перше, не точним визначенням величини собівартості продукції, а неправильним її формуванням, і, по-друге, процес управління витратами повинен бути

направлений на формування собівартості у попередньому і поточному режимах та оперативному втручанні у діяльність підприємств та організацій у разі виявлення відхилень від бажаного стану.

З отриманням незалежності в Україні питаннями формування витрат, собівартості продукції (робіт, послуг) підприємств не надавали належної уваги. Це, в свою чергу, привело не до удосконалення методів планування, обліку, калькулювання і аналізу собівартості продукції, а до втрати тих прийомів, які вже були напрацьовані у попередні роки. Витрати на виробництво, з одного боку, – один з основних об'єктів управління економікою на макrorівні, а, з іншого, – важлива частина управлінського обліку.

На сьогоднішній день внаслідок складності та мінливості ринкової ситуації багато вітчизняних підприємств недостатньо уваги приділяють системі управління витратами виробництва, зосереджуючись на вирішенні поточних питань. Необхідно відмітити, що до теперішнього часу не існує однозначного визначення поняття «витрати» і при цьому часто відсутні необхідні методологічні акценти відносно їхнього змісту, класифікації і оцінки, що суттєво знижує глибину їх розуміння, об'єктивність та системність підходу до системи управління витратами підприємства. Тому для успішного функціонування свого підприємства кожен керівник повинен навчитися ефективно управляти витратами, а для цього треба розуміти їх суть, здійснювати класифікацію витрат за такими ознаками, які б дозволяли отримувати найбільш повну інформацію для прийняття дієвих управлінських рішень.

В управлінні витратами виробництва важлива роль також має належати функціям управління. Результати огляду літератури приводять до висновку, що окремі автори у різноманітних комбінаціях виділяють склад функцій управління. При цьому найбільш поширеними є наступні: планування, організація, координація, регулювання, облік, контроль і аналіз. Однак розглядаючи діяльність вітчизняних підприємств можна помітити, що у процесі управління витратами використовуються лише окремі функції. Зазвичай, це облік, контроль та аналіз, що є показником неефективної політики підприємств у цьому контексті. Тому вирішення даної проблеми передбачає реорганізацію всієї системи управління витратами на підприємстві, яка забезпечувала б використання усіх функцій управління витратами не ізольовано одна від одної, а в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності.

Крім вище наведених існує ще ряд проблем пов'язаних із системою управління витратами. Однією з таких проблем є складність та велика кількість господарських операцій, які здійснюються на підприємстві, не дають можливості управлінському персоналу безпосередньо контролювати ці операції. У цьому випадку обов'язковим має бути наявність якщо не окремого підрозділу, то хоча б менеджера, який би займався суто вирішенням проблем, пов'язаних із управлінням витратами та узагальнював би інформацію, отриману від керівників структурних підрозділів підприємства. Тобто необхідно налагодити процес створення на підприємствах центрів відповідальності, менеджери яких несуть відповідальність за їх діяльність та контролюють певний фінансовий показник.

Варто зазначити, що у залежності від способу оцінки витрат більшість виробничих підприємств використовують метод обліку витрат за фактичною собівартістю, однак даний метод неповністю відображає всі витрати, які були понесені за той чи інший період виробництва продукції, тому ефективнішою є нормативна система управління витратами. На зарубіжних підприємствах нормативна система обліку відома під назвою *standart costing*.

Також негайного удосконалення потребує податкова політика, яка на сьогоднішній день примушує господарюючих суб'єктів збільшувати витрати з метою зменшення оподаткованого прибутку. Тобто, згідно законодавства України про оподаткування у податковій системі ведеться облік прибутку інакше, ніж у

бухгалтерському обліку, який передбачає максимально можливе зменшення витрат. Таким чином в Україні спостерігається розподіл обліку на податковий та управлінський, що є негативним явищем у фінансово-господарській діяльності суб'єктів господарювання. Тому необхідний перегляд системи оподаткування прибутку, яка б зацікавила господарюючі суб'єкти у зменшенні собівартості продукції.

Отже, витрати виробництва, як предмет управління ними, повинні розглядатися з позицій активного і своєчасного впливу на них з метою зниження рівня непродуктивних витрат, уникнення витрат виробництва, зниження впливу факторів, які підвищують витрати виробництва і знижують ефективність роботи підприємств.

Література:

1. Великий Ю. М. Управління витратами підприємства: . Ю. М. Великий, В. В. Прохорова, Н. В. Сабліна, Монографія. – Х.:ВД «ІНЖЕК», 2009. – 192 с
2. Верхоглядова Н. І. Економіка підприємства : навч. посібник / Н. І. Верхоглядова, Д. М. Ядронський, Н. А. Іваннікова. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 384 с.
3. Гладчук Г. Г. Управління витратами виробництва як необхідна ланка ефективного господарювання / Г. Г. Гладчук //Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 5. – С. 52–57.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЇ

Н. М. Кисельчук, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. В умовах ринкової економіки підприємство здійснює свою виробничо-торговельну діяльність самостійно, але конкуренція, що полягає в змаганні підприємств за споживача їх продукції, змушує виробника враховувати їх інтереси і запити, виробляти ту продукцію, яка потрібна покупцеві. Підприємство, що прогало в цій боротьбі, звичайно стає банкрутом, а відтак не може оплатити вартість товару, робіт і послуг, розраховуватися з бюджетом по обов'язкових платежах та платежах до позабюджетних фондів, якщо зобов'язання по платежах перевищує вартість його майна. Конкурентоспроможність продукції в умовах ринку має вирішальне значення, адже формує рівень фінансового благополуччя виробника, можливості ефективного позиціонування на ринку, а значить визнання споживачами якісних характеристик товару і його споживчої цінності.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методологічних основ конкурентоспроможності належить таким вченим, як: І. Ансофф, Ф. Вірсема, Г. Мінтцберг, М. Портер, К. Прахалад, А. Стрікланд, А. Томпсон, М. Трейсі, Г. Хемел та ін. Проте, середовище функціонування вітчизняних підприємств має певні особливості, що зумовило необхідність дослідження проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняними вченими, зокрема такими, як Ю. Іванов, Г. Кіндрацька, Н. Куденко, І. Отенко, В. Павлова, А. Тищенко, Р. Фатхутдінов, З. Шершньова та ін. Водночас, складність та багатогранність існуючих проблем у сфері управління конкурентоспроможністю продукції підприємств, зокрема в умовах зовнішньоекономічної діяльності, зумовлює необхідність формування нових

* Науковий керівник – д. е. н., професор Т. О. Зінчук

підходів щодо формування та зміцнення конкурентних переваг на національному та міжнародному ринках.

Основний матеріал. В економічній літературі конкурентоспроможність трактується як властивість об'єкта, що характеризує ступінь реального або потенційного задоволення конкретної потреби у порівнянні з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [1, с. 141]. Конкурентоспроможність означає відповідність вимогам ринку, адекватність потребам споживачів, здатність конкурувати на всіх рівнях економічного буття. Поняття кокурентоспроможність розглядається на різних рівнях: конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, країни та глобальна конкурентоспроможність. При цьому слід зазначити актуальність поняття “глобальна конкурентоспроможність”, що є ширшим за “конкурентоспроможність країни”, оскільки може бути застосоване до групи країн. Щоправда такий розподіл є дещо умовним.

Конкурентоспроможність галузі визначається як здатність фірм входити до складу галузі, швидко реагуючи на зміну в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально-економічні системи і зберігати досягнутий рівень конкурентоспроможності виробництва. Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю в ній технічних, економічних та організаційних умов для створення, виробництва й збуту (з витратами не вищими, ніж інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів.

Конкурентоспроможність підприємства відображає його здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів є обов'язковою умовою конкурентоспроможності підприємства. У ширшому змісті для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота з усього виробничо-господарського циклу, що приводить до конкурентних переваг у сфері НДДКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу й т.п. Конкурентоспроможність підприємства є результатом його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією [2].

Конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність фірми-виробника співвідносяться між собою як частина й ціле. Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності економічних методів управління діяльністю фірми, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби.

Конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку – цінами, установлюваними продавцями товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливають переваги в гарантійному й післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуація на ринку, коливання попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва й можливості вигідного продажу.

Висновки і пропозиції. Узагальнення результатів теоретичних досліджень зарубіжних та вітчизняних вчених дає підстави трактувати поняття конкурентоспроможності продукції як сукупність її властивостей і характеристик, що забезпечують задоволення потреб споживачів на вищому або однаковому рівні з аналогічною продукцією конкурентів за прийнятною для них (споживачів) цін. Конкурентоспроможність продукції підвищує і конкурентоспроможність підприємства як суб'єкта ринку, під якою розуміють його здатність виробляти конкурентоспроможну

продукцію і забезпечувати її збут. Конкурентоспроможна продукція забезпечує вищу прибутковість виробництва і фінансову стійкість підприємства, підвищує його імідж, сприяє виходу підприємства на світовий ринок, повніше задовольняє потреби суспільства в ній, завдяки чому в державі формується більш сприятливий соціально-психологічний клімат.

Список використаної літератури.

1. Ламбен. Дж. Стратегический маркетинг / Дж. Ламбен, пер. – МГУ, 2001, – 750 с.
2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков. // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50-53.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ю. М. Колодій, магістрант*

Постановка проблеми. Нові виклики глобального розвитку світової економіки і міжнародної торгівлі безпосередньо пов'язані з функціонуванням національних агропродовольчих ринків в кожній країні зокрема. Безпосередній вплив на їх подальший розвиток мають як суспільні відносини у різних галузях економіки країн світу, так і рівень міжнародного економічного співробітництва, що виникає з метою освоєння нових взаємовигідних підходів у розвитку продуктивних сил та виробничих відносин [3, с. 80]. Зростаючі виклики розвитку світового агропродовольчого ринку сприяють підвищенню ролі аграрного сектору економіки України, а також стимулюють збільшення притоку іноземних інвестицій, створення нових спільних підприємств та, водночас, актуалізують проблему подальшого розвитку національного ринку аграрної продукції та продовольства в умовах нових пріоритетів міжнародної інтеграції.

Аналіз останніх наукових досліджень. Проблемам, пов'язаним з розвитком аграрного сектору економіки в умовах ринку та глобалізації світогосподарських зв'язків, формуванням послідовної та цілеспрямованої політики аграрних реформ присвячені наукові праці багатьох вчених-економістів. Найбільш відомими є роботи О. Бородіної, В. Власова, П. Гайдуцького, В. Губенка, Т. Зінчук, С. Кваші, Л. Михайлової, Т. Осташко, Б. Супіханова, В. Трегобчука, Б. Пасхавера та ін. Проте існуючі розбіжності в окремих наукових позиціях щодо перспектив розвитку агропродовольчого ринку України у світовому економічному просторі свідчать про складність й актуальність цих проблем і необхідність подальших наукових досліджень у започаткованому напрямі.

Викладення основного матеріалу. У системі соціально-орієнтованого ринкового господарства, ринок агропродовольчої продукції займає провідне місце у визначенні продовольчої безпеки кожної держави, підвищенні конкурентоспроможності аграрного сектору і подальшому розвитку сільських територій. Шляхи розвитку агропромислового сектору України передбачають збалансовані та взаємозв'язані структурні перебудови усіх його галузей, максимальне впровадження у виробництво найважливіших досягнень науково-технічного прогресу, світового досвіду, найбільш прогресивних форм економіки і організації виробництва на

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Н. М. Куцмус

основі першочергового розв'язання актуальних проблем: перерозподіл землі та майна, включаючи поглиблення відносин власності на землю та запровадження механізмів реалізації права на власність; приватизація переробних підприємств; реструктуризація підприємств та форм господарювання; розвиток кооперації; впровадження ринкових методів господарювання – менеджменту та маркетингу; державне регулювання аграрної економіки шляхом ефективнішого використання цінових важелів, фінансово-кредитної і податкової систем тощо [2, с. 59].

Найбільш впливовим системоутворюючим елементом ринку агропродовольчої продукції є платоспроможний попит, його абсолютні та відносні показники: абсолютні розміри доходів населення та їх динаміка, величина доходу на одну особу, достатність забезпечення населення у харчуванні за науково обґрунтованими нормами, територіальна та групова диференціація.

Доведено, що в процесі дослідження агропродовольчого ринку доцільно застосовувати методологічний підхід до аналізу, який у рамках теорії структури галузевих ринків отримав назву парадигми “структура → поведінка → результативність”. В його основі лежить комплексний підхід, що забезпечує аналіз взаємозалежностей між структурою і закономірностями розвитку сільського господарства та структурою й результативністю агропродовольчого ринку (рис. 1).



Рис. 1. Системний підхід до формування структури ринку агропродовольчої продукції

Виходячи з особливостей системного підходу, а також значимості агропродовольчої продукції у забезпеченні якості життя та продовольчої безпеки, необхідно зазначити, що для ефективного функціонування досліджуваного ринку державні структури можуть і повинні відповідно до рівня своєї компетенції брати участь в регулюванні і розвитку агропромислового виробництва, забезпеченні державної підтримки господарюючих суб'єктів аграрного сектора економіки[1, с. 246]. Крім того, враховуючи соціально-політичні і економічні умови, баланс податкового, фінансово-кредитного і цінового регулювання, урахування вимог ринку тощо, особливу увагу необхідно звернути на рівень компетентності органів управління агропродовольчого сектора, готовність організацій до сприйняття встановлених правил, використання наявних можливостей, використання наявних державних ресурсів.

Висновки та пропозиції. Для економічної системи України ринок агропродовольчої продукції має виключне значення, оскільки він забезпечує можливості для розвитку виробництва та споживання суспільством продуктів харчування, а також задоволення існуючих «непродовольчих» потреб, розв'язання проблем енергетичного характеру на засадах відновлювальної енергетики.

Список використаної літератури

1. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка.– 2009. – 246 с.
2. Губенко В. І. Механізм зростання конкурентоспроможності товарів АПК на світовому ринку / В. І. Губенко // Агроінком. – 2003. – № 1–2. – С. 58–62.
3. Котовенко М.А. Чинники державного регулювання агропродовольчого ринку / М.А.Котовенко // Економіка та держава. – 2007. – № 9. – С. 79-81.

АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ТА ПРИНЦИПИ ІНТЕРНЕТ-КОМЕРЦІЇ

Б. В. Колосівський, магістрант

Секція: Інформаційні технології в економіці, менеджменті та бізнесі

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень.

Популярність інтернет-магазинів зростає з кожним днем. Доступ до інтернет стає все простішим, швидкість з'єднання все вище і все більша кількість людей починає розуміти, що для того, щоб щось купити, зовсім не обов'язково виходити з дому. Крім цього є товари, які неможливо купити в регіонах, що ще більше додає актуальності створенню інтернет-магазину. [2]

Онлайн-торгівлю можна сприймати по-різному, в залежності від того, є у вас вже працюючий бізнес в офлайн чи ні. Можна створити Інтернет-магазин в якості додаткового інструменту залучення клієнтів, а можна перетворити його в самостійне джерело генерування прибутку. Звичайно, використання електронної комерції з метою розширення каналів збуту для вже існуючого бізнесу - особливо привабливий варіант, бо схеми взаємодії з клієнтами вже відпрацьовані, а товарний асортимент повністю сформований.

Основний матеріал

Дослідження поведінки українського користувача інтернету показало, що на сьогоднішній день оффлайн-покупки як і раніше домінують над покупками онлайн, але частка останніх продовжує зростати. Також спостерігається значне зростання числа користувачів, які використовують Інтернет при купівлі того чи іншого товару. Серед каналів онлайн-пошуку лідирує стаціонарний інтернет (88% користувачів), однак частка пошуку з використанням мобільних пристроїв стрімко зростає - 23% користувачів перед покупкою товарів досліджуваних категорій шукає інформацію за допомогою своїх мобільних телефонів, смартфонів або планшетів. Крім того, через інтернет найактивніше продають такі категорії товарів, як роздрібна торгівля, споживчі / косметичні товари і технології. Серед найпопулярніших онлайн-покупок - товари з категорій одяг та аксесуари, дрібна побутова техніка та мобільні телефони. Не менш стрімко зростає і частка онлайн-покупки авіаквитків і бронювання готелів. Природно,

перед кожною покупкою люди намагаються попередньо «погуглити» про неї. Таким чином, найвища частка онлайн-пошуку припадає на товари з категорії технології (89%), подорожі (85%) та автотовари (80%). В Україні як і раніше превалює тенденція, коли споживач отримує інформацію про товар онлайн, але покупку здійснює оффлайн. Тим не менш, частка онлайн-покупок продовжує зростати. У цьому поведінка українського інтернет-користувача мало відрізняється від поведінки користувачів наших найближчих сусідів, як на сході, так і на заході. Наприклад, у категорії «Одяг та аксесуари» частка онлайн-покупок в Україні становить 14% проти 86% в оффлайн, при цьому в Польщі дані цифри становлять 15% і 85%, а в Росії - 8% і 92% відповідно. Не дивує і те, що середньостатистичний український інтернет-користувач часто використовує такі сервіси, як електронна пошта, соціальні мережі, пошук різного контенту, та ще й витрачає чимало часу на свої хобі.

Нижче приведені дані щодо динаміки росту об'ємів онлайн торгівлі в Україні зібрані компанією Morgan Stanley Research за 2007-2015 роки з прогнозами на 2016 рік. За даними прогнозами, проникнення інтернет-торгівлі в Україні досягне до 2016 року 4,5%, це приблизно 5650 млн. При цьому споживачі стануть більше довіряти інтернет-торгівлі, а також у мережі з'являться кілька нових проектів. Детальніше на рисунку 1. [3]

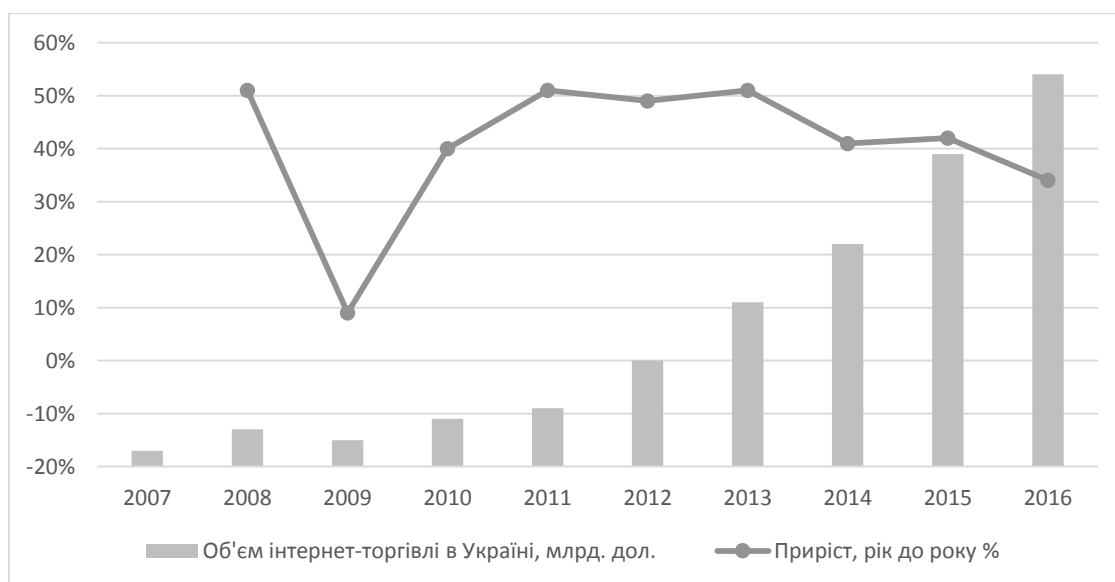


Рис.1 Тенденції інтернет-торгівлі в Україні
Джерело: Morgan Stanley Research, розрахунки Fintime

Висновки та пропозиції

У сучасному світі велика частина покупок відбувається віртуально. Зокрема жіночий одяг реалізується оптом і в роздріб через Інтернет-магазини досить успішно. Клієнти задоволені, і це можна пояснити, як мінімум, чотирма перевагами:

- споживач заощаджує дорогоцінний час за рахунок того, що робить замовлення, не виходячи з дому. До прикладу, в перерві на рекламу, домогосподарка може зайти на сайт відомого магазину жіночого одягу, вибрати і замовити потрібну їй білизну. Жінці достатньо зняти кілька відповідних розмірів і порівняти їх з представленими на сайті.
- одяг, промислові товари, побутова техніка, наприклад, кондиціонери оптом і в роздріб реалізуються за прийнятними цінами, оскільки гроші на дорогу не

витрачаються, та й за оренду приміщень реалізаторам платити не потрібно. Більш того, тримати кілька продавців в магазині також не потрібно. Ці причини дозволяють сплачувати клієнту тільки за товар.

- в Інтернет-магазинах вибір просто величезний у порівнянні з традиційними бутіками на ринках. В останніх важко викласти весь асортимент товарів через те, що орендувати величезну торгову площу – недешево задоволення. В Інтернет-магазинах досить розмістити каталог, який не має меж.

- безперечна перевага Інтернету в тому, що на сайті клієнт придбає тільки потрібний йому товар. У той час як у звичайному магазині споживачеві постараються нав'язати на додачу застарілу модель. Перевага клієнтів у тому, що вони можуть проконсультуватися про той чи інший товар не тільки з продавцем, але й близьким другом. Зокрема, в деяких Інтернет-магазинах можна навіть подивитися відео-інструкцію. [1]

Список використаних джерел

1. <http://money-news.te.ua/>
2. <http://www.siteimage.com.ua/>
3. <http://www.reclamare.ua/>

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

Я. С. Котляр, магістр^{*}

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки суб'єкти господарювання організовують свою діяльність в умовах невизначеності та непередбаченості. Економічна криза ще більше загострила та сформувала передумови для виникнення різного роду небезпек і загроз діяльності підприємств. Ситуація, яка виникла потребує від господарюючих суб'єктів швидкої реакції на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі та вирішення питань, пов'язаних із фінансовою, виробничою, технологічною, інвестиційною та інформаційною сферами діяльності. Отже, забезпечення економічної безпеки стає необхідною умовою для успішної діяльності підприємств, його виживання та розвитку. Економічна безпека, наразі, є одним із пріоритетних функціональних напрямів безпеки підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню перспективних напрямів формування та зміцнення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств присвячені наукові праці Л. Албакіна, О. Ареф'євої, Т. Васильців, О. Грунін, Л. Донець, М. Єрмошенко, Т. Іванюти, С. Ільяшенко, О. Кириченко, Д. Ковальова, О. Прокопчук, В. Ткачука, М. Яремової та ін.. Зокрема, недостатньо вивченими є сутність та складові, шляхи забезпечення та підтримки економічної безпеки і стійкості підприємств у теоретичному і прикладному аспектах, відсутні загальновизнані методики оцінки рівня економічної безпеки і стійкості підприємств в цілому та з урахуванням особливостей сільськогосподарського виробництва зокрема [1, с. 6].

Метою дослідження є розкриття сутнісних підходів до визначення поняття «Економічна безпека підприємства».

^{*} Науковий керівник – к. е. н., доцент І. Ф. Грабчук

Результати дослідження. Глобалізація та загострення конкурентної боротьби актуалізують питання пов'язані з визначенням сутності економічної безпеки, що в кінцевому підсумку дадуть можливість точно встановити методи та інструменти її забезпечення. Точне розуміння сутності поняття економічної безпеки стає необхідною умовою для забезпечення нормального функціонування та розвитку господарюючих суб'єктів.

Ще на початку 90-х років минулого століття економісти розглядали питання економічної безпеки як комерційну таємницю. Цьому сприяли трансформаційні процеси в економіці країни, що призвели до змін форми власності підприємств, що в свою чергу спонукало їх до захисту своїх комерційних таємниць, інтелектуальної власності та інформації в цілому, як найціннішого товару. У вирішенні наукових проблем, пов'язаних з економічною безпекою, простежується досить нетривала історія, яка починається з використання Ф. Рузвельтом терміна «економічна безпека» при проведенні аналізу внутрішніх проблем, а вже в 1934 році було прийнято перший нормативно-правовий акт з питань безпеки – закон «Про національну безпеку» та створено Федеральний комітет з економічної безпеки з метою підвищення рівня якості життя населення через забезпечення економічної безпеки держави.

Поняття «Економічна безпека» пережило чимало переосмислень в економічній теорії у зв'язку зі зміною умов зовнішнього середовища і з урахуванням факторів, які визначають процеси управління. У широкому науковому сенсі під безпекою розуміється захищеність природно-фізіологічних, соціально-економічних і ситуативних потреб у ресурсах, технології, інформації та моральних ідеалів необхідних для життєдіяльності та розвитку населення [2].

Загалом питання економічної безпеки у своєму розвитку пройшло чималий шлях, який складався із шести етапів.



V етап (2002-2005)
негативні впливи та виклики були спричинені з боку зовнішніх чинників та не розглядалися перспективи розвитку підприємства, а поняття економічна безпека» прирівнювали до поняття «адаптація».



VI етап (2005 – сьогодні)
а загрози розглядаються з позиції як зовнішнього так і внутрішнього середовища в якому функціонує підприємство

Науковий керівник: к.е.н, доцент Грабчук І.Ф.

Рис.1. Етапи формування економічної безпеки [3, с. 23-26]

Таким чином поняття «економічної безпеки» пройшло чимало переосмислень сьогодні його прийнято розглядати залежно від галузевої належності підприємств.

Щодо визначення терміна «економічна безпека підприємства», то на даний час виділяють декілька підходів. Використовуючи результати дослідження, можна виділити такі чотири підходи (рис. 2.).

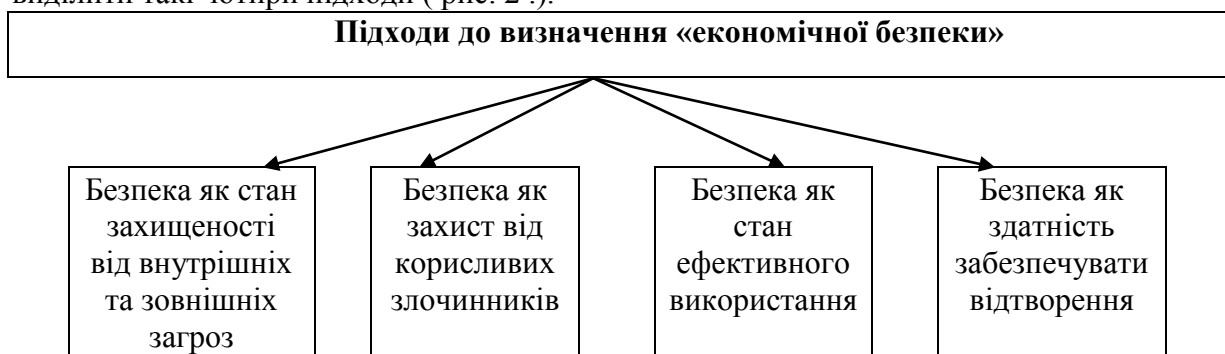


Рис. 2. Підходи до визначення економічної безпеки [4, с. 134]

Головна мета економічної безпеки полягає у тому, щоб забезпечити її стабільне та максимально ефективне функціонування в теперішньому часі і високий потенціал розвитку в майбутньому [5, с. 321].

Таким чином, економічна безпека підприємства – це комплексна характеристика під якою слід розуміти рівень захищеності усіх видів потенціалу підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз, що забезпечує стабільне функціонування та ефективний розвиток і потребує правильного керівництва з боку управління.

Список використаної літератури

- 1) Ткачук В.І. Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств / В.І. Ткачук, О.А. Прокопчук, М.І. Яремова. – Житомир: «Волинь», 2013. – 276 с.

- 2) Бланк І.О. Інвестиційний менеджмент: Підручник / І.О. Бланк. – К.: КНЕУ, 2005. – 398 с.
- 3) Дулеба Н.В. Дослідження трансформації питання «Економічна безпека підприємства» / Н.В. Дулеба // Ефективна економіка. – 2010
- 4) Коваленко К.В. Економічна безпека аграрних підприємств: суть і проблеми забезпечення в сучасних умовах господарювання / К.В. Коваленко, С.В. Купріянов. – Донецьк: «СПД- - 2010»
- 5) Кривозв'язюк І.В. Економічна діагностика: Навчальний посібник / І.В. Кривозв'язюк. – К.: ЦУЛ, 2013. – 456 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ

Л. М. Кравчук, магістрант^{*}

Постановка проблеми

Враховуючи те, що Україна взяла курс на входження в Європейське співтовариство, значно посиляться та стане більш жорсткою конкурентна боротьба вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника з виробниками країн розвинутого ринку. Такий висновок випливає з того, що у високорозвинутих країнах прогрес науки та техніки знаходиться на високому рівні, впровадження досконалих технологічних процесів дозволяє виготовляти конкурентоспроможну продукцію, що задовольняє потреби вимогливого споживача. Слабкість конкурентних позицій вітчизняних сільськогосподарських виробників пояснюється тим, що в цілому рівень затрат та цін на вітчизняне продовольство вищий, ніж рівень цін світового ринку.

Аналіз останніх досліджень та постановка завдання

Конкурентоспроможність підприємств, окремих її аспектів є предметом вивчення таких зарубіжних вчених як: І. Ансофф, Е. Вогель, Е. Ворнер, Р. Ербе, Д. Кісінг, П. Кругман, М. Познер, М. Портер, Дж. Робінсон, Дж. Стренд, А. Томпсон, Е. Хекшер та ін. Серед вітчизняних вчених, які займалися дослідженням питань конкурентоспроможності, вагомий внесок зробили В.Г.Андрійчук, О.А.Богуцький, М.Я. Дем'яненко, Н.І.Кравчук, Г.Г.Кютов, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т.Саблук, В.І. Ткачук, Н.І.Шиян та ін.

Однак, питання конкурентоспроможності продукції та шляхів підвищення її рівня залишається недостатньо вивченим та потребує окремого наукового дослідження.

Об'єкт та методика досліджень

Об'єктом проведеного дослідження є процеси формування та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Житомирського району. Теоретичною й методичною базою дослідження є загальнометодологічні підходи, зокрема діалектичний та системний до вивчення економічних явищ і процесів. У роботі використані законодавчі й нормативно – правові акти з питань розвитку аграрного сектору економіки та формування конкурентоспроможності аграрних підприємств;

^{*} Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених з питань теорії й практики забезпечення конкурентоспроможності як однієї з основних категорій ринкової економіки в сільському господарстві; аналітичні й статистичні матеріали.

Результати дослідження

Для підвищення конкурентоспроможності продукції сільського господарства нагальною є проблема зниження собівартості, що є можливим за умови впровадження у виробництво енерго– та ресурсозберігаючих технологій. Отже, здійснюватиметься беззбиткове, високоякісне та конкурентоспроможне агропромислове виробництво [6, с. 103]. Більшість вітчизняних дослідників, при вивченні конкурентоспроможності продукції, особливу увагу приділяють якості продукції, адже саме вона є досить дієвою формою нецінової конкурентної боротьби за споживача [5, с. 65].

З метою поглибленого аналізу ефективності важливо визначити показник рентабельності продажу (обороту), який дає змогу здійснити оцінку цінової конкурентоспроможності продукції. Чим вище значення цього показника, тим вища цінова конкурентоспроможність даного виду продукції, і навпаки.

Таблиця 1. Економічна ефективність виробництва зернових в Житомирському районі

Показник	Рік			2014р. у % до 2012р.
	2012	2013	2014	
Зібрана площа, га:				
пшениця озима	3827,00	3484,00	3245,00	84,79
пшениця яра	131,00	144,00	139,00	106,11
жито	718,00	456,00	302,00	42,06
гречка	697,00	153,00	257,00	36,87
кукурудза на зерно	2167,00	3540,00	3781,00	174,48
ячмінь озимий	141,00	123,00	138,00	97,87
ячмінь ярий	1257,00	907,00	1156,00	91,96
Валовий збір, тис.т:				
пшениця озима	13,35	11,07	10,86	81,35
пшениця яра	0,21	0,24	0,19	90,48
жито	1,36	0,86	1,18	86,76
гречка	0,52	0,11	0,35	67,31
кукурудза на зерно	16,03	26,17	29,41	183,47
ячмінь озимий	0,35	0,25	0,33	94,29
ячмінь ярий	3,47	2,01	3,27	94,24
Собівартість 1ц реалізованої продукції, грн:				
пшениця озима	131,25	180,93	204,29	155,65
пшениця яра	135,24	253,33	275,26	203,54
жито	106,84	107,56	114,58	107,24
гречка	280,77	400,91	342,86	122,11
кукурудза на зерно	91,09	76,54	78,20	85,86
ячмінь озимий	106,29	118,80	106,06	99,79
ячмінь ярий	118,93	201,29	132,26	111,21

Середня ціна реалізації 1ц, грн:				
пшениця озима	150,00	135,00	198,00	132,00
пшениця яра	162,00	142,00	204,00	125,93
жито	92,44	95,30	97,21	105,15
гречка	483,21	520,00	562,10	116,33
кукурудза на зерно	115,00	130,00	141,00	122,61
ячмінь озимий	107,40	129,30	137,50	128,03
ячмінь ярий	114,60	135,20	142,90	124,69

Джерело: розраховано за річними звітами

Показник ступеня цінової конкурентоспроможності товару є прямим відображенням рівня ефективності його виробництва. Зокрема, важливим є оцінка та аналіз основних факторів, що формують цінову конкурентоспроможність товару. Як вже зазначалося, до них належить повна собівартість та ціна реалізації. Для кількісного визначення впливу цих факторів на конкурентоспроможність використовується індексний метод:

$$\frac{(C_1 - PC_1) : C_1}{(C_0 - PC_0) : C_0} = \frac{(C_1 - PC_{01}) : C_1}{(C_0 - PC_0) : C_0} \times \frac{(C_1 - PC_1) : C_1}{(C_1 - PC_0) : C_1}$$

Де C_1, C_0 – ціна реалізації 1 ц продукції у звітному і базовому роках відповідно;

PC_0, PC_1 – повна собівартість 1 ц продукції у базовому і звітному роках.

Використовуючи дані таблиці здійснюються необхідні розрахунки:

– пшениця озима:

$$\frac{(198 - 204,29) : 198}{(150 - 131,25) : 150} = \frac{(198 - 131,25) : 198}{(150 - 131,25) : 150} \times \frac{(198 - 204,29) : 198}{(198 - 131,25) : 198}$$

$$\frac{-0,03}{0,13} = \frac{0,34}{0,13} \times \frac{-0,03}{0,34}$$

Таблиця 2. Індекс цінової конкурентоспроможності продукції підприємств Житомирського району

	Пшениця озима	Пшениця яра	Жито	Гречка	Кукурудза на зерно	Ячмінь озимий	Ячмінь ярий
Іцк	-0,25	-2,11	1,15	0,83	2,14	22,12	-1,97

Для підприємства важливо, що загальний індекс цінової конкурентоспроможності був більшим за одиницю, оскільки це свідчить про зміцнення позиції підприємства на ринку. Якщо різниця між чисельником і знаменником першого часткового індексу має позитивне значення, то це вказує на підвищення цінової конкурентоспроможності продукції за рахунок цінового фактора. Загальний індекс цінової конкурентоспроможності пшениці озимої дорівнює $-0,25$ ($-0,03:0,13$), що є менше одиниці і свідчить про слабку позицію на ринку. Найбільший індекс цінової конкурентоспроможності має ячмінь озимий, а саме 22,12, що свідчить про те, що конкурентні позиції даного виду продукції значно зросли.

За умови, що різниця між чисельником і знаменником будь-якого часткового індексу має від'ємне значення, це свідчитиме, що даний фактор знизив цінову конкурентоспроможність продукції на величину вказаної різниці. У нашому випадку свої конкурентні позиції знизили: пшениця озима, пшениця яра та ячмінь ярий.

Висновки

Конкурентоспроможність є динамічним показником, зміни якого залежать як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників у певний момент часу. Для підвищення

конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно вирішувати такі завдання:

- забезпечення сільськогосподарських товаровиробників сучасною технікою;
- створення новітніх технологій вирощування та підвищення урожайності сільськогосподарських культур, забезпечення приросту поголів'я худоби;
- фінансування сільськогосподарського виробництва та забезпечення фінансової підтримки виробників насіннєвого матеріалу, науково-дослідних установ, сортовипробувальних станцій;
- підготовка висококваліфікованих кадрів для села;
- удосконалення цінової політики;
- урахування специфіки виробництва сільськогосподарської продукції в регіонах.

Література

1. Андрійчук В.Г. Обґрунтування економічного механізму інтеграції аграрних і агропереробних підприємств / В.Г.Андрійчук // Підприємництво в аграрній сфері економіки. – К.: ІАЕ, 1998. – С. 302-336.
2. Борисова В.А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / В.А. Борисова // Економіка АПК. – 2000. – №5. – С.75-78.
3. Колесняк А. Конкурентоспроможність агропромислового виробництва в системі забезпечення продовольчої безпеки (регіональний аспект) / А.Колесняк // Междунар. с.-х. журн.–2005. – №2. – С.37-39.
4. Ткачук В.І. Формування конкурентоспроможності продукції льонарства: моногр. / В.І.Ткачук, Н.І. Кравчук. – К.: Фенікс, 2008. – 193с.
5. Харченко Т.Б. Роль держави у забезпеченні якості продукції українських товаровиробників / Т.Б.Харченко // Економіка АПК. – 2004. – №1. – С.64-66.
6. Чугаєвська С.В. Фактори зниження собівартості молока в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області / С.В.Чугаєвська // Економіка АПК. – 2004. – №5. – С.103-106.

ЧИННИКИ ЗРОСТАННЯ ДОХОДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О. О. Куриленко, магістрант*

Постановка проблеми. Одержання доходів є головною метою підприємницької діяльності, основним спонукальним мотивом будь-якого бізнесу. Доходи є узагальнюючим показником функціонування підприємства, що виражає результати його виробничої, фінансової та інвестиційної діяльності. У процесі роботи підприємства відбувається безперервний процес кругообігу доходів, змінюються їх структура і джерела формування, наявність і потреба і як наслідок економічний стан підприємства. Від отримання доходів в кінцевому підсумку залежить можливість функціонування підприємства та його конкурентоспроможність. Розмір отриманих доходів визначає економічну стратегію підприємства. Враховуючи значення доходу, вся діяльність підприємства повинна бути спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми формування доходів підприємств та їх ефективне використання, дослідження ролі держави в забезпеченні ефективної,

* Науковий керівник – д. е. н., професор Є. І. Ходаківський

прибуткової роботи підприємств, пошук і обґрунтування шляхів підвищення економічної ефективності їх господарювання висвітлені у працях таких вітчизняних вчених: В.Я. Амбросова, В.Г. Андрійчука, В.А. Козубенка, В.Н. Косинського, С.О. Никітіна, В.С. Юшко, В.Й. Шияна, О.М. Шпичака та багатьох інших. Поняття «дохід підприємства» висвітлюється в наукових публікаціях сучасних дослідників, зокрема М.С. Абрютіної, І.О. Бланка, Н.М. Бондаря, Ф.Ф.

Бутинця, М.І. Бухалкова, А.Д. Вивереця, В.П. Грузінова, В.А. Сідуна, В.В. Кулішова, Л.Г. Мельника, В.І. Тітова та інших.

Результати дослідження. Поняття «дохід» широковживане та багатозначне, яке розглядається як одне із базових для економічних наук. Серед представників наукових шкіл, напрямів та галузей економічних наук немає єдиного підходу щодо поняття «доходи». Тлумачення поняття доходу підприємства у науковій літературі базується загалом на наступних принципових підходах:

по-перше, дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена МСФЗ 18 «Дохід» [2].

по-друге, доходом підприємства є валове надходження економічних вигод протягом періоду, що виникає у ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників капіталу Ф.Ф. Бутинець [3, с. 59].

по-третє, дохід – збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків (учасників) В.В.Сопко [6, с. 403].

Таким чином, трактування поняття «дохід» базується на двох підходах, а саме: економічному, за якого доходом потрібно вважати виручку від продажу товару на ринку або наданих послуг та бухгалтерському, дохід визнається як збільшення економічних вигод на основі одержання підприємством певних активів чи зменшення сум зобов'язань, які зумовлюють збільшення сум власного капіталу (за мінусом збільшення сум капіталу із внесків власників або учасників).

Дохідність підприємства є одним із найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан. Такий показник визначає мету підприємницької діяльності.

Публічне акціонерне товариство “Житомирський маслозавод” – це сучасне розвинуте виробництво, забезпечене висококваліфікованими кадрами і тісними партнерськими зв'язками з господарськими колективами та індивідуальними виробниками молока. У процесі пошуку своєї ніші на ринку підприємство випускало різні види молочної продукції в залежності від позитивної чи негативної реакції споживачів, нерідко вдаючись навіть до експериментів, так за останні 3 роки ПАТ “Житомирський маслозавод” випускав такі види продукції: морозиво, сирки солодкі в глазурі, сметану, вершкове масло, сухе і цільне молоко, торти з морозива, йогурти та ін. На даний момент на підприємстві випускається більше 150 видів морозива, не враховуючи видів молока, сметани, маслянки, йогуртів, кефіру, масла, сухого молока. Підприємство від реалізації продукції отримує дохід. Так, за даними ПАТ «Житомирський маслозавод» чистий дохід, у 2014 р. порівняно з 2012 р., збільшився на 158819,4 тис. грн. Водночас, із збільшенням собівартості реалізованої продукції на 107777,2 тис. грн, валовий прибуток зріс на 51042,2 тис.грн У ПАТ «Житомирський маслозавод» спостерігається зростання дохідності підприємства.

Динаміка чистого доходу ПАТ «Житомирський маслозавод» за 2012-2014 рр. наведено на рис. 1.

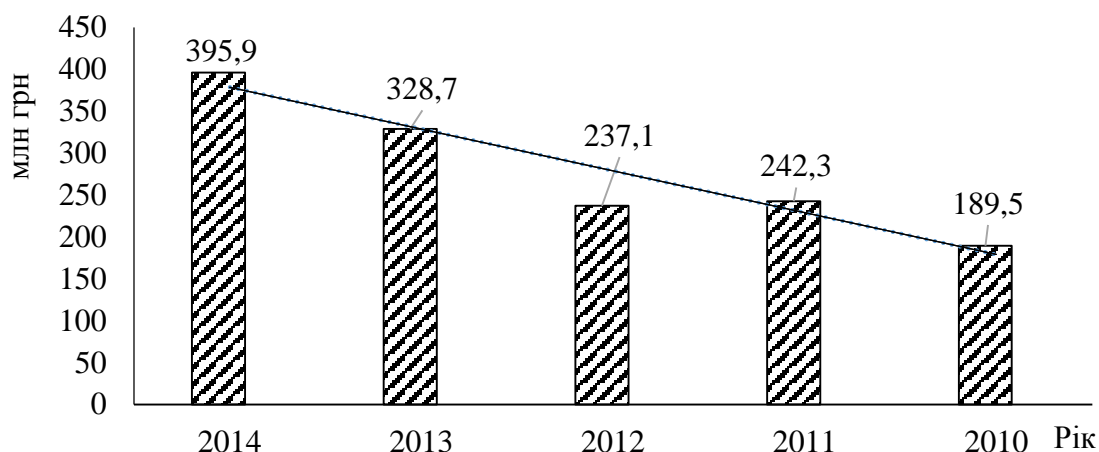


Рис. 1. Динаміка чистого доходу ПАТ «Житомирський маслозавод», млн грн

На дохідність підприємства впливає ціла низка чинників. З метою нейтралізації окремих з них, посилення чи послаблення впливу на дохідність підприємства, їх можна об'єднати в групи залежно від рівня виникнення та ступеня значущості (рис. 2).



Рис. 1.3. Структура чинників, що впливають на дохідність підприємства
Джерело: власні дослідження автор за матеріалами [31, с. 70].

За рівнем виникнення виділяють внутрішні та зовнішні чинники. Оскільки з різних причин виникають чинники, що впливають на дохідність, то при виборі методів регулювання ним необхідно це врахувати. Якщо зовнішні чинники, що впливають на дохідність підприємства, викликані дією об'єктивних економічних законів і майже не залежать від діяльності підприємства, то внутрішнім чинникам властивий високий ступінь керованості, а характер їх зміни безпосередньо залежить від організації роботи самого підприємства.

Висновки. Отже, одержання доходів є головною метою підприємницької діяльності, основним спонукальним мотивом будь-якого бізнесу. Доходи є узагальнюючим показником функціонування підприємства, що виражає результати його виробничої, фінансової та інвестиційної діяльності. Вплив на доходи підприємства справляють внутрішні і зовнішні чинники, якими потрібно і можливо управляти в певних межах.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Управление капиталом. : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга ; Ника-Центр, 2004. – 576 с.
2. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія / М. І. Малік, О. А. Нужна. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
3. Економіка підприємств : підручник / М. Г. Грицак, А. М. Колот, О. Г. Медрул та ін. ; за заг. і наук. ред. Г. О. Швиданенко. – вид. 4-те, перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

І. Ю. Лисинчук, магістрант*

Постановка проблеми. В сучасному світі управління персоналом відіграє дуже важливу роль в розвитку суспільства, оскільки від правильного підходу до управління персоналом залежить управління організацією в цілому. За допомогою людських ресурсів керівники досягають поставлених цілей та завдань, використовуючи працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей. У зв'язку з цим оволодіння основами організації процесу управління персоналом набуває особливої актуальності.

Система кадрового менеджменту забезпечує безупинне удосконалювання методів роботи з кадрами і використання досягнень вітчизняної й закордонної науки і найкращого виробничого досвіду. Сутність кадрового менеджменту полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи і форми впливу на інтереси, поведінки і діяльність працівників із метою максимального їх використання.

Стан вивчення проблеми. Дослідження в галузі стратегічного управління дають можливість зробити висновок, що використання стратегії в процесі формування та розвитку кадрового потенціалу є підходом, який дозволяє ефективно розподілити людські ресурси підприємства та скоординувати дії керівництва для досягнення цілей підприємства. Теоретико-методологічні та економіко-організаційні аспекти управління кадровим потенціалом суб'єктів господарювання висвітлені у працях таких провідних науковців: А. Дудар, Н. Верхоглядова, Л. Беззубко, В. Р. Веснін та ін. Однак, незважаючи на наявність значного масиву робіт, присвячених розробці цієї багатогранної проблеми, недостатньо дослідженими залишаються питання

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Т. В. Швець

особливостей управління кадровим потенціалом сільськогосподарських підприємств адекватного сучасним реаліям.

Результати дослідження. В загальному розумінні сутність кадрового потенціалу відображає якісну і кількісну характеристики трудового потенціалу постійних, насамперед кваліфікованих працівників підприємства [3]. Кадровий потенціал може розглядатися і у вузькому сенсі як тимчасові вільні або резервні трудові місця, які потенційно можуть бути зайняті фахівцями в результаті їх розвитку і навчання [2]. Управління кадровим потенціалом повинне сприяти впорядкуванню, збереженню якісної специфіки, вдосконаленню і розвитку персоналу.

Сьогодні одним з ключових чинників підвищення ефективності діяльності аграрного підприємства є ставлення до кадрів підприємства. Щоб мати висококваліфікованих фахівців, складових ядра аграрного підприємства, створити у них стимул до ефективної роботи, керівники вимушені використовувати систему управління кадровим потенціалом. Нові умови господарювання на підприємствах висувають нові вимоги до формування й використання їхнього кадрового потенціалу.

Сучасні сільськогосподарські підприємства в переважній більшості мають наступні проблеми в сфері управління кадровим потенціалом: відсутність інноваційної спрямованості кадрової політики та недостатнє використання вдалого досвіду закордонних підприємств; відсутність балансу на вітчизняному ринку праці; не достатнє врахування особистісних характеристик кожного окремого робітника; відсутність чіткої системи соціальних гарантій тощо. Розвиток кадрового потенціалу є невід'ємною частиною кадрової політики кожного сучасного аграрного підприємства, незалежно від виду та особливостей його діяльності. В теорії управління персоналом під кадровою політикою прийнято розуміти нормативно встановлену сукупність цілей, задач, принципів, методів, технологій, засобів та ресурсів з відбору, навчання, використання, розвитку професійних знань, вмінь, навичок, можливостей спеціалістів, керівників, інших учасників професійно-трудових відносин [1].

Головна мета формування кадрового потенціалу підприємства – забезпечити підприємство необхідними трудовими ресурсами, здатними вирішувати завдання та досягати поставлені поточні і стратегічні цілі. Являючи собою сполучення вмінь і знань персоналу, а не їхнє втілення в продукції або функціях організації, сукупні здібності персоналу є унікальним джерелом підвищення рентабельності підприємства за рахунок комбінації науково-технічного, виробничого, організаційного, управлінського й кадрового потенціалів; створюють умови для розробки нових видів продукції, та забезпечують належну якість всієї продукції, що випускає підприємство. Також висококваліфіковані працівники на підприємстві відіграють важливу роль в реалізації стратегічних планів підприємства, оскільки є довгостроковою основою для розробки й прийняття гнучких, стратегічно важливих рішень.

Висновки та пропозиції. Управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки стає усе більше складним процесом і здобуває яскраво виражений стратегічний характер. Тому в цей час усе більше підприємств і організацій починають розглядати працівників як найцінніший капітал, приділяючи особливу увагу процесу відбору, наймання, навчання, оцінки їхньої діяльності. Управління персоналом ефективно настільки наскільки успішно співробітники використають свій потенціал для реалізації поставлених цілей.

Список використаної літератури

1. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами: навч. посіб./ Г.В.Осовська, О.В.Крушельницька. – Київ: Кондор, 2003. – 223 с.
2. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посібник для самост. вивч.дисц / О. С.Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – Київ: КНЕУ, 2005. – 261 с.
3. Васильченко В. С. Управління трудовим потенціалом: навч. посіб. / В.С.

РЕЗЕРВИ РОСТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лічутін В. Є, магістрант *

Постановка проблеми.

В економічному аналізі, бізнес-плануванні, аудиті найчастіше використовують показники рентабельності, що визначають прибутковість підприємств у співвідношенні до вкладених ресурсів. Основними завданнями аналізу рентабельності є: оцінка виконання визначених параметрів стратегічного розвитку підприємства (плану, прогнозу, програми); вивчення динаміки показників; визначення факторів зміни їх рівня; пошук резервів зростання рентабельності; розробка заходів для використання виявлених резервів. В сучасних умовах використання комп'ютерного забезпечення є важливим елементом оцінки будь-якого виду діяльності суб'єктів господарювання. Використання сучасного програмного забезпечення дає змогу знайти резерви збільшення рентабельності як витрат, продукції (робіт, товарів, послуг), так і господарської діяльності підприємства в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідження резервів росту рентабельності, як одного з показників економічної ефективності підприємства, внесли такі відомі вчені, як: Андрійчук В. Г. [1], Покотілова В. І. [4], Покропивний С. Ф. та інші. В своїх працях вони розкривають соціально-економічну сутність рентабельності, методи оцінки, систему показників, основні фактори та резерви її росту. Проте використання комп'ютерних технологій для оцінки резервів росту рентабельності на рівні підприємства не має достатнього висвітлення в наукових джерелах.

Постановка завдання полягає в пошуку можливих резервів росту рентабельності сільськогосподарського підприємства – ПП «ІМПАК» Андрушівського району Житомирської області за допомогою програмного забезпечення Microsoft Excel.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із важливих показників, який характеризує економічну ефективність господарської діяльності підприємства – є рівень рентабельності власного капіталу. Більшість інвесторів при запровадженні певного проекту звертають увагу на динаміку його рівня. Завдяки цьому показнику можна визначити резерви росту економічної ефективності сільськогосподарських підприємств.

Використовуючи дані звітності одного із найефективніших підприємств Андрушівського району, а саме ПП «ІМПАК» та програмне забезпечення, (Microsoft Excel), визначимо показники рентабельності даного підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Показники рентабельності ПП «ІМПАК»

Показник	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2011 р., (+,-)
Рентабельність операційної діяльності, %	26,03	18,60	28,21	2,18

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. С. Кільницька

Рентабельність (прибутковість) звичайної діяльності, %	27,28	16,12	29,46	2,18
Рентабельність (прибутковість) господарської діяльності, %	27,28	16,12	27,46	0,18
Рентабельність активів, %	18,82	13,73	22,17	3,35
Рентабельність власного капіталу, %	57,24	53,31	63,22	5,98

Джерело: розраховано автором на базі Microsoft Excel за даними ПП «ІМПАК»

Одним із резервів росту рентабельності власного капіталу буде перерозподіл пасиву і активу ПП «ІМПАК» за допомогою Microsoft Excel, а саме функції «Пошук рішення». Господарська діяльність приватного підприємства аналізується за останній 2013 рік, що обумовлено динамічним зростанням цінових факторів та показників кінцевих економічних результатів господарської діяльності підприємства.

Введемо додаткові параметри для оцінки рентабельності власного капіталу ПП «ІМПАК» як базового, так і оптимального значення. Визначимо деякі аналітичні показники для оцінки рентабельності власного капіталу ПП «ІМПАК» за допомогою програми Microsoft Excel (табл. 2).

Таблиця 2

**Аналітичні показники для оцінки рентабельності
власного капіталу ПП «ІМПАК» Андрушівського району**

Показники	Базове значення (2013 р)	Оптимальне значення	Зміна оптимального значення до 2013 р., +/-
Коефіцієнт пасива	1,27	1,22	- 0,05
Частка основних засобів в активах (коэф.)	0,62	0,58	- 0,04
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,53	0,53	-
Рентабельність власного капіталу, %	63	67	5

Джерело: розраховано автором на базі Microsoft Excel за даними ПП «ІМПАК»

Аналітичні показники дадуть нам можливість чітко зробити перерозподіл пасиву і активу ПП «ІМПАК». Результати оптимізації за допомогою функції «Пошук рішення» наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

Результати оптимізації вихідних даних для пошуку резервів росту ПП «ІМПАК»

Показники	Вихідні дані (2013 р.), тис. грн.	Оптимальні значення, тис. грн.	Зміна оптимального значення до 2013 р., +/-
Пасив	33101,5	33000	-101,5
Актив	33101,5	33000	-101,5
Власний капітал	26100,5	26947	846,5
Кредити	184192	148167	-36025
Оборотні активи	12472	14000	1528
Основні засоби	20629,5	19000	-1629,5
Виручка	30928	32000	1072
Витрати	10852	10000	-852
Прибуток	20076	22000	1924
Чистий прибуток	16462,32	18386	1923,68
Рентабельність капіталу, %	63	67	4

Джерело: розраховано автором на базі Microsoft Excel за даними ПП «ІМПАК»

Рівень рентабельності в приватному підприємстві «ІМПАК» відрізняється від оптимального на 4 процентних пункти, тобто є наявні резерви для росту його рівня. При даному розподілі знижується сума витрат 852 тис. грн., що веде до збільшення виручки 1,072 млн. грн. В результаті це забезпечить зростання чистого прибутку на 1,923 млн. грн.

Висновок. Отже, рівень рентабельності – досить важливий показник у роботі кожного підприємства, який характеризує раціональність використання матеріалів, робочої сили, рівень організації та контролю процесу виробництва (реалізації). Даний розподіл показав ефект від провадження системи управління пасивами і активами сільськогосподарського підприємства. Використання програмного забезпечення це ефективний напрям для підвищення економічної ефективності діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: монографія / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
2. Волощук С. С. Оцінка ресурсного потенціалу у розвитку підприємництва / С. С. Волощук // Економіка АПК. – 2006. – С. 242-243.
3. Покотілова В. І. Рентабельність підприємств і її вплив на якісні показники ефективності виробництва / В. І. Покотілова // Регіональні перспективи. – 2007. – №5-6 (18-19). – С. 132-133.
4. Програмне забезпечення Microsoft Excel
5. Річний звіт ПП «ІМПАК» за 2011-2013 рр.

СТАН ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

І. А. Мельник магістрант
В. І. Ткачук, д. е. н., професор

Постановка проблеми. Об'єктивний процес формування ринкового середовища в аграрному секторі висуває на перший план проблему забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання і необхідність їх швидкої адаптації до кон'юнктурних змін на продовольчих ринках. В умовах глобалізації та зростання конкуренції на ринку, питання підвищення конкурентоспроможності продукції набуває дедалі більшої актуальності. Сучасні умови розвитку характеризуються поглибленням інтеграційних процесів, лібералізацією умов торгівлі сільськогосподарськими товарами, орієнтацією на зовнішні ринки, а також підвищеною увагою до якості продукції [3]. Проблема конкурентоспроможності посідає одне з провідних місць в економічному аналізі різних суб'єктів господарської діяльності, що пояснюється об'єктивним посиленням міжнародної та внутрішньої конкуренції. Все вищесказане визначає необхідність дослідження векторів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми конкурентоспроможності продукції займалося багато закордонних і вітчизняних вчених. Зокрема проблемою конкурентоспроможності та якості, як основних факторів забезпечення ефективності підприємства, займалися такі відомі науковці як: Г.Азоев, Ф. Найт, В.Л. Дикань, А.Машнов, Т.Загорна, О.Дубров, С.Климент та інші. Проблеми підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції знайшли відображення в ряді досліджень таких вчених-економістів як: П.Лайко, П.Саблук, А. Лисецький, Г.Чернюк та інші. Вагомий внесок у вивченні цього питання зроблено у працях Ольховської Н.А., Заєць К.Д. та Кондратюка О.І. Але, враховуючи те, що деякі аспекти даної проблематики, недостатньо враховані або ж носять проблемний характер доцільно більш детально дослідити ці питання.

Мета, завдання та методика дослідження. Метою статті є дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Методологічною основою дослідження є загальнонаукові методи пізнання, такі як діалектичний метод, аналізу та логічного узагальнення. Теоретичну основу статті становлять наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері оцінки конкурентоспроможності, комерційного потенціалу та інновацій, нормативно-правові акти України, періодичні економічні видання.

Результати досліджень. Під конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції слід розуміти комплекс основних властивостей, що відрізняють її від товару-аналога. Конкурентоспроможність продукції – це її переваги на ринку, що забезпечуються привабливими для споживача властивостями, низькою порівняно ціною та експлуатаційними витратами, оптимальним поєднанням параметрів ціна-якість, відповідністю умовам даного ринку, часу продаж і перевагам споживача, а також відмінністю у кращу сторону її основних характеристик від аналогічних на ринку.

Конкурентоспроможність продукції закладається ще на стадії планування господарської діяльності. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші елементи конкурентоспроможності: якість і витрати [2]. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу на відповідному ринку [5]. Визначаючи конкурентоспроможність продукції, виробник має обов'язково знати вимоги потенційних покупців та оцінки споживачів. Тому формування конкурентоспроможності продукції починається з визначення суттєвих споживчих властивостей, за якими оцінюється принципова можливість реалізувати продукцію на відповідному ринку, де покупці постійно порівнюватимуть її характеристики з товарами конкурентів щодо міри задоволення конкретних потреб і цін реалізації.

Визначення конкурентоспроможності продукції необхідно проводити по наступним напрямом: конкретним вимогам потенційних споживачів до запропонованого на ринку товару; можливим розмірам та динаміці попиту на продукцію; розрахунковому рівню ринкової ціни товару; очікуваному рівню конкуренції на ринку відповідних товарів; визначальним параметрам продукції основних конкурентів; найбільш перспективним ринкам для відповідного товару та етапам закріплення на них; терміну окупності сукупних витрат, пов'язаних із проектуванням і просуванням на ринок нового товару [9].

Таким чином конкурентоспроможність продукції визначається як її перевага у порівнянні з будь-якою продукцією при задоволенні покупцем його потреб. Тобто це ступінь відповідності продукції на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

У сучасних умовах сільське господарство залишається єдиною галуззю, яка має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі [8]. Але існують чинники, які значною мірою

перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, а саме: низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи, відсутність галузевих кооперативних банків, нерозвиненість в Україні сфери страхування кредитних та виробничих ризиків; нерозвиненість інфраструктури аграрного сектору економіки, що призводить до збільшення вартості виробництва, значних втрат продукції під час її транспортування та зберігання [4, 6].

Основні причини наявного стану конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції з'ясовуються у процесі аналізу дотримання технологічних вимог при вирощуванні. Насамперед, мінеральних добрив у 2013 р. внесено близько 45 % до потреби, органічних – лише 0,6 т на гектар, на площах всього 2,5 % від загальної площі ріллі. І це при тому, що потреба для реалізації генетичного потенціалу і збереження родючості ґрунту знаходиться на рівні 8–10 т органічних добрив на гектар [7]. Недостатня кількість внесення елементів живлення призводить до виснаження ґрунту і зниження його родючості. Низька урожайність основних культур також пояснюється недостатнім рівнем технічного забезпечення, що призводить до недотримання основних етапів вирощування та порушує строки збирання.

Системне недотримання основних технологічних вимог вирощування сільськогосподарських культур, передусім внесення мінеральних і органічних добрив, використання засобів захисту, технічного забезпечення підприємств, призводить до того, що товаровиробники мають низькі показники урожайності при наявності генетичного потенціалу сільгоспкультур на рівні світового [4]. Так, потенціал озимої пшениці української селекції знаходиться на рівні 100–110 ц/га, ячменю – 100 ц/га, кукурудзи – 110–120 ц/га, сояшнику – 35–40 ц/га, цукрового буряка – 500–600 ц/га тощо (рис. 1).

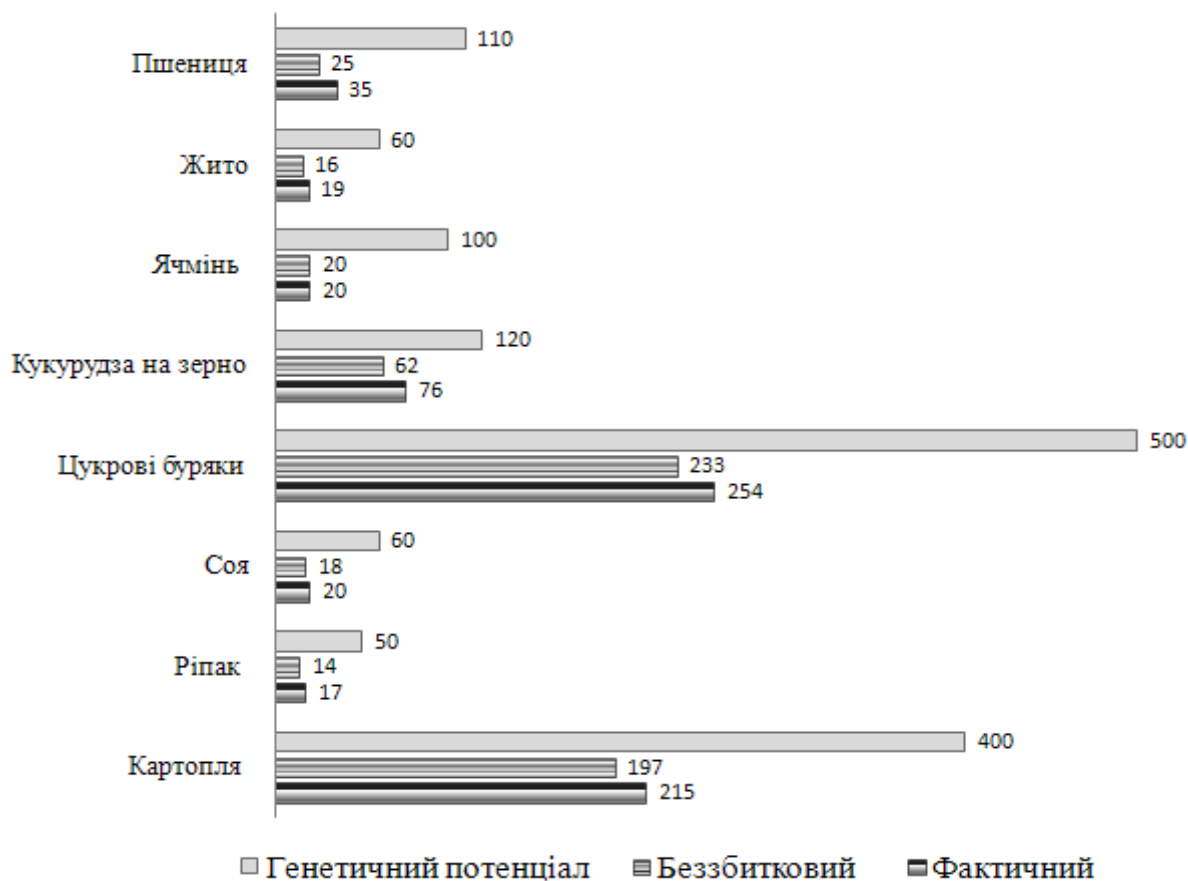


Рис. 1. Фактичний та безбитковий рівень врожайності основних

сільськогосподарських культур, ц/га

Джерело: власні дослідження.

Однією із головних причин низького рівня урожайності вітчизняних культур є брак коштів на дотримання технологій. Частина коштів для фінансування діяльності сільськогосподарських підприємств надходить з державного бюджету. В основному, кошти спрямовуються на часткове відшкодування суб'єктам господарювання вартості будівництва й реконструкції тваринницьких ферм, здешевлення кредитів і розвиток садівництва. Проте необхідно відмітити незначний вплив державної підтримки на фінансовий стан та ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств, що можна простежити на прикладі Житомирської області (табл. 1).

Проведені дослідження підтвердили, що ефективність державної підтримки залежить не тільки від сум, виділених із бюджету, а й від раціонального її використання. Ефективність від надання дотацій суб'єктам підприємницької діяльності свідчить, що у 2014 р. кожна гривня, виділена для підтримки, дала мультиплікативний ефект у сумі близько 3 грн.

Таблиця 1

Вплив державної підтримки на ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств Житомирської області

Показник	Рік			2014 р. до 2012 р.	
	2012	2013	2014	+/-	%
Державна підтримка на 1 га с.-г. угідь, грн	151,0	19,1	131,2	-19,8	86,9
Товарна продукція на 1 га с.-г. угідь, грн	3054,7	4088,7	5201,0	2146,3	170,3
Валовий прибуток на 1 га с.-г. угідь, грн	630,0	315,7	1501,6	871,6	> у 2,4 рази
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,5	0,5	0,5	0,0	94,5
Коефіцієнт загальної ліквідності	2,2	1,8	2,0	-0,2	92,5
Рівень рентабельності виробництва, %	23,2	15,4	37,4	14,2	-
Частка державної підтримки у виручці, %	3,8	0,4	2,0	-1,8	-
Частка рослинництва у структурі товарної продукції, %	70,7	75,3	79,9	9,2	-

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Житомирській області.

Проведений аналіз ефективності державної підтримки дав змогу з'ясувати, що обсяги відповідно виділених коштів не мають прямого впливу на її ефективність, тобто у 2014 р. сума підтримки була меншою при вищому рівні ефективності. Негативно впливають на ефективність державної підтримки підприємницької діяльності порушення норм законодавства та механізмів раціонального використання державних коштів у всіх сферах господарювання, що не дозволяє проводити достовірний аналіз показників ефективності витрачання бюджетних коштів. Вищезазначене підтверджує

недосконалість інституційного забезпечення розвитку аграрного сектору та збалансуванні його галузевих пропорцій.

Обсяг виділених коштів на розвиток вітчизняного сільського господарства незначний, порівняно з країнами Європи. Економічно розвинуті країни виділяють великі суми на підтримку аграрного виробництва. Обсяги компенсацій вартості продукції сільського господарства в окремих країнах досягають 70 % (рис. 2). Фермер у цих країнах отримує за рахунок ринкових платежів тільки частину доходів, іншу – компенсує держава. Державні програми орієнтовані на кооперування товаровиробників різних галузей аграрного сектору економіки та довгострокову підтримку сільського господарства, за рахунок надання дотацій товаровиробникам.

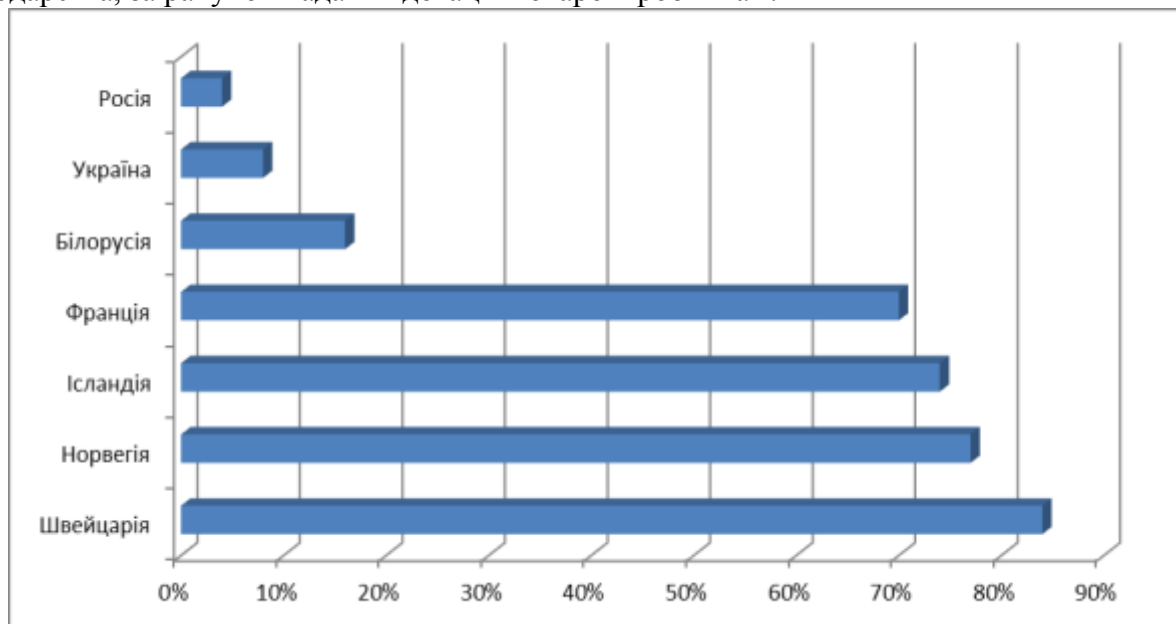


Рис. 2. Частка державних дотацій у собівартості виробленої сільськогосподарської продукції, 2014 р.

Джерело: власні дослідження.

Бюджетне фінансування у сучасних умовах господарювання повинно мати програмно-цільовий характер і спрямовуватися на: стимулювання виробництва готової продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому та зовнішньому ринках; інтенсифікацію виробництва за рахунок впровадження досягнень науково-технічного прогресу; стимулювання розвитку органічного землеробства, виробництва екологічно чистої продукції та використання енергозберігаючих технологій; здійснення наукових досліджень, запровадження нових вітчизняних технологій; придбання сучасної енергозберігаючої сільськогосподарської техніки й обладнання; створення інфраструктури та ринкових інститутів в агропромисловому виробництві.

Для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції необхідно вирішувати такі завдання: створення новітніх технологій вирощування та підвищення урожайності сільськогосподарських культур, забезпечення приросту поголів'я худоби, забезпечення сільськогосподарських виробників сучасною технікою, підготовка кадрів для села, фінансування сільськогосподарського виробництва, вдосконалення цінової політики, урахування специфіки виробництва сільськогосподарської продукції в регіонах. Вітчизняна сільськогосподарська продукція має низький клас якості, внаслідок чого ціни на неї суттєво знижуються. Тому поліпшення якості є важливим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Висновки. На сучасному етапі аграрна сфера України знаходиться в досить складному соціально-економічному становищі. За всі роки незалежної й суверенної

держави, на жаль, не вдалося досягти стабільної фінансової ситуації, подолати цілий ряд негативних тенденцій в економіці сільськогосподарського виробництва. Причинами низької конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках є: низька ефективність цієї галузі, невідповідність структури українського експорту попиту країн світу на сільськогосподарську продукцію, нерозвиненість інфраструктури аграрного сектору економіки, недостатність державного цільового фінансування.

Для вирішення існуючих проблем необхідна реалізація таких заходів: налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку, створення спеціалізованих банків для кредитування сільськогосподарських підприємств на пільгових засадах, збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції через покращення репутації України на міжнародному ринку, посилення кооперації господарств населення–виробників сільськогосподарської продукції, налагодження співпраці між виробниками продукції та дослідними установами.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є створення замкнутого циклу виробництва продукції з метою підвищення її конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Література

1. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; За ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.
2. Канінський М.П. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на основі маркетингу / М.П. Канінський // Економіка АПК. – 2009. – № 3. – с. 141–144
3. Кондратюк О.І. Конкурентоспроможність сільського господарства та шляхи її підвищення / О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1. – С. 56–63
4. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: Монографія. / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
5. Мацибора В.І. Економіка підприємства. Навч. посібн. – 2-ге вид., перероб. й доп. / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К.: Каравела, 2012. – 320 с.
6. Ольховська Н.А. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Н.А. Ольховська // Економіка АПК. – 2008. – №11. – С. 116–119
7. Прокопець Л.В. Складові підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс]: ЧНУ ім. Федьковича / Л.В. Прокопець – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/znpen>
8. Статистична інформація // Державний комітет статистики України // www.ukrstat.gov.ua
9. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА – М., 2000. – 312 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В. Л. Мельник, магістрант*

Постановка проблеми. Управління збутовою діяльністю підприємства в умовах загострення конкуренції на ринках збуту, збільшення витрат, пов'язаних із реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних підприємств є одним з найважливіших завдань, від ефективності вирішення якого залежить результат діяльності цілого підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Проблемам збутової діяльності та управлінню цим процесом присвячені праці таких зарубіжних вчених, як Г. Стюарт, Дж. Болт, А. Томпсон-мол., А. Стиркланд, Штерн Льюїс, Ель-Ансарі Адель, Е. Кофлан, Д. Ланкастер, Д. Джоббер та ін. Окремі аспекти досліджують Г. Армстронг, П. Дойль, Ф. Котлер, А. Романов та ін. Вагомий внесок у дослідження проблем збутової діяльності зробили вітчизняні вчені: Л. Балабанова, А. Балабаниць, О. Кузьмін, Є. Ромат, О. Майборода, Н. Тарнавська, Р. Ларіна та ін. Сфера збутової діяльності починає активно розвиватися в сучасних умовах економіки. В працях українських науковців достатньо глибоко досліджено структуру збутової системи, принципи її функціонування, основні засади використання маркетингових комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління збутовою діяльністю в сучасних умовах передбачає створення такої системи управління, яка б реалізовувала цілі й стратегії збуту, які орієнтовані на потреби кінцевого споживача. Тому пріоритетним завданням сільськогосподарських підприємств є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю, яка б враховувала інтереси регіональних виробників. Вона повинна включати вирішення низки теоретичних і методико-прикладних завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності, проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, створенням кваліфікованого відділу збуту з маркетинговою орієнтацією, плануванням стратегії розвитку збутової діяльності, формуванням аналітичного й інформаційного забезпечення [3, с. 68].

Основою побудови системи управління збутовою діяльністю для ДП «Держрезервнасінфонд» є визначення функцій, які забезпечують формування способів управлінського впливу на всіх етапах операцій із забезпечення збуту як процесу. Отож, вважаємо, що управління збутовою діяльністю на ДП «Держрезервнасінфонд» повинно реалізовуватися через застосування таких функцій: планування (підбір, класифікація та підготовка до використання інформації щодо розроблення стратегії збуту, визначення стратегії розвитку збутової діяльності); організування (створення організаційної структури управління збутом на підприємстві); мотивування (стимулювання учасників системи розподілу продукції); контролювання та регулювання (встановлення системи показників для оцінювання результатів дієвості збутової системи).

Для забезпечення функціонування системи управління збутовою діяльністю, що передбачає планування організування, мотивування та контролювання операцій із доставки необхідної споживачеві продукції у визначені терміни, в необхідне місце, у встановленій кількості і відповідної якості, необхідно скоординувати всю діяльність функціонального відділу збуту, його зв'язки з внутрішніми підрозділами підприємства і зовнішнім середовищем [1, с. 52]. Система управління збутовою діяльністю ДП «Держрезервнасінфонд» повинна відповідати головним напрямам господарської діяльності підприємства, забезпечувати такий зміст збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, при якій вчасно реалізовується продукція споживачеві.

* Науковий керівник – к. е. н., доцент І. В. Копитова

Підсумовуючи вищезазначене, під системою управління збутовою діяльністю ДП «Держрезервнасінфонд» слід розуміти сукупність організаційних форм, через які здійснюється загальне управління збутовою діяльністю на всіх її етапах, а також економічних важелів, що сприяють збільшенню обсягів реалізації продукції та розвитку підприємства. Запропонована система управління збутової діяльності представлена на рис. 1.

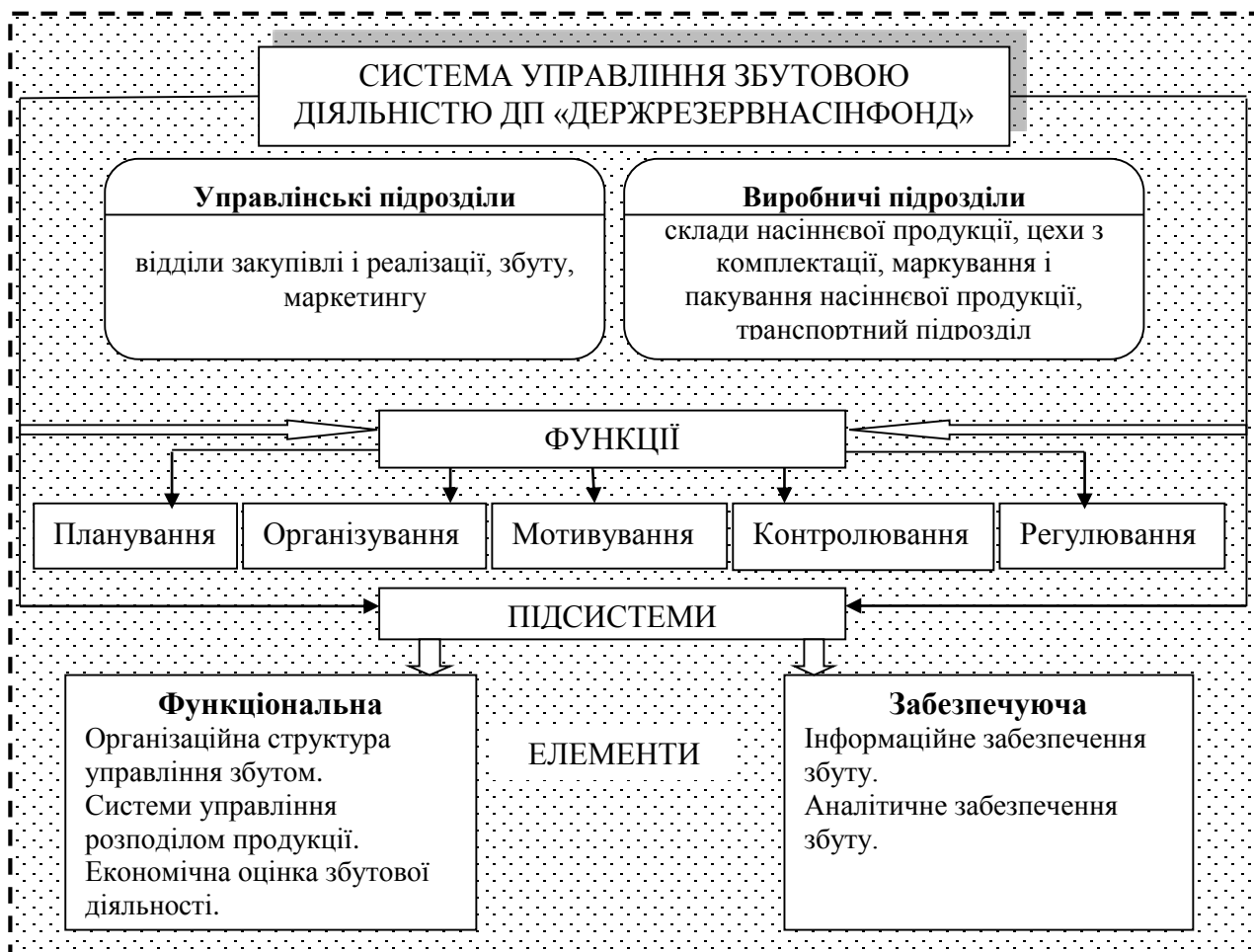


Рис. 1. Запропонована система управління збутовою діяльністю ДП «Держрезервнасінфонд»

Джерело: запропоновано автором.

Мета запропонованої системи збутової діяльності полягає в розробці способів впливу та реалізації комплексу заходів, пов'язаних із ефективним збутом, спрямованих на оптимальне використання всіх ресурсів підприємства з урахуванням кон'юнктури ринку. Остання зумовлена необхідністю постійного вивчення економічної ситуації, її прогнозування, а також коригування планових обсягів збуту на ДП «Держрезервнасінфонд» згідно з вимогами споживачів.

Функціонування ДП «Держрезервнасінфонд» у нестабільних умовах ринкової економіки вимагає своєчасної адаптації системи збуту до змін зовнішнього середовища. Проте цей процес зіштовхується з низкою проблем, зокрема з проблемою інформаційного забезпечення, що виникає у ДП «Держрезервнасінфонд» у зв'язку з низкою оперативністю отримання даних, а іноді навіть неможливістю ознайомлення з необхідною інформацією про стан зовнішнього середовища. Інформаційні системи сучасних підприємств характеризуються спрямованістю на внутрішнє середовище (показники фінансово-господарської діяльності, технологія та окремі аспекти

організації діяльності підприємства). Інформація про стан та динаміку зовнішнього середовища зазвичай є неповною, несвоєчасною і, як наслідок, неактуальною.

Збутова діяльність ДП «Держрезервнасінфонд» повинна ґрунтуватись на досягненні умов отримання максимального прибутку та швидкої реалізації продукції, що вимагає загальних методичних основ у процесі організації збутової діяльності.

Тому надто важливим є для ДП «Держрезервнасінфонд» планування збутової діяльності, де на першому етапі на основі планових показників виробництва визначаються обсяги потреб у ресурсах і їх основні постачальники. При недостатності тих чи інших ресурсів необхідно узгодити план закупки і збуту продукції з урахуванням фінансово-економічних і матеріально-технічних пріоритетів.

Другий етап розробки плану збуту передбачає розробку програми руху потоків продукції по всьому розподільчому ланцюгу: від складів підприємства до окремих підприємств. Ця стадія пов'язана з плануванням потреби у складських приміщеннях і транспортних засобах. При дефіциті останніх за необхідності переглядають вже намічені програми товарорухів. На заключному етапі розроблення плану збуту складається програма масових переміщень продукції, оптимізується схема розміщення складських приміщень і транспортних потоків, складаються календарні плани-графіки підготовки товарів для відвантаження і поставок.

Висновки. Формування системи управління та організації збутової діяльності ДП «Держрезервнасінфонд» необхідно проводити з урахуванням системного підходу з метою створення цілісної моделі, яка б уможливила економічний розвиток підприємства, створила передумови для збільшення обсягів збуту і підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку.

Список використаних джерел

1. Кучер О. В. Збутова діяльність аграрних підприємств на основі маркетингових стратегій / О. В. Кучер // Економіка АПК. – 2014. – № 4. – С. 49-70.
2. Хрупович С. Є. Теоретичні підходи до організування процесу збуту на підприємстві / С. Є. Хрупович, Т. О. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 57-61.
3. Янишин Я. С. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві / Я. С. Янишин, Ю. П. Кашуба // Економіка АПК. – 2013. – № 9. – С. 67-70.

ОЦІНКА ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

В. В. Мельниченко, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. На сучасному етапі подолання негативних деструктивних процесів в економіці країни надзвичайно актуальними є питання ефективного використання виробничого потенціалу підприємств, що дозволить забезпечити прибуткове господарювання та ефективне управління процесами формування, використання і розвитку наявних ресурсів. Означена проблема є особливо актуальною для сільськогосподарських підприємств, специфіка діяльності яких ідентифікує потребу налагодження механізму подвійної

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Н. І. Кравчук

адаптації до ринкових умов. За такого стану індикатором спроможності підприємств пристосуватися до зовнішніх мінливих чинників виступатиме оцінка виробничого потенціалу як здатності ефективно використовувати наявні, приховані ресурси та можливості підприємства.

Вивченням сутності і розробкою підходів до аналізу і оцінювання потенціалу підприємства відображено в роботах таких авторів як: В. Андрійчук, А. Гальчинський, П. Гайдуцький, Ю. Бажал, П. Саблук, М. Сахницький, В. Ситник, І. Федонін та інших. Завдяки їх праці створено науковий базис для розв'язання проблем формування і розвитку виробничого потенціалу підприємства.

Основний матеріал. Термін “потенціал” у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова “potential” й означає “приховані можливості”, які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [3, с. 53]. У вітчизняній економічній літературі цей термін у широкому розумінні трактують як можливості, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для чого-небудь. Основною складовою потенціалу підприємства є виробничий потенціал, який утворюється на виробничому рівні та представляє собою здатність виробничої системи виробляти матеріальні блага, використовуючи існуючі ресурси та приховані можливості підприємства (рис. 1).

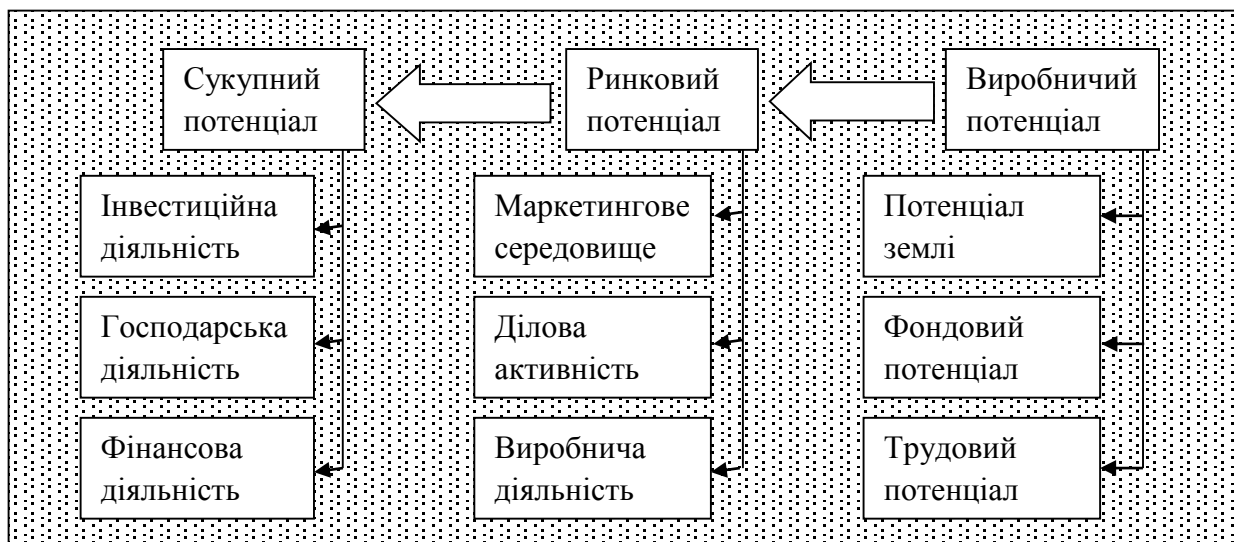


Рис. 1. Модель формування потенціалу підприємства

Основною метою оцінки виробничого потенціалу є виявлення можливостей ефективного використання трудових, матеріальних, фінансових та земельних ресурсів. Найбільш уніфікованим і універсальним вимірювачем виробничого потенціалу є ціна або вартість. Оцінка показників виробничого потенціалу в грошових одиницях у часі та просторі дозволяє виявити динаміку і структуру виробничого потенціалу підприємства, відмінності та диференціацію елементів, а також спів ставити їх.

Визначення ефективності виробничого потенціалу передбачає 2 етапи проведення розрахунків. На 1 етапі здійснюється оцінка основних кількісних показників, необхідних для майбутніх розрахунків складових виробничого потенціалу (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні показники для визначення складових виробничого потенціалу в ТОВ «Долинівське» за 2011 – 2013 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2011 р	
				п.п.	%
Середньорічна вартість ОВФ, тис. грн	15035	15850	16193,5	1158,50	107,71

(ОВФ)					
Нормативний коефіцієнт ефективності капіталовкладень ($K_{\text{еф.кап.}}$)	0,15	0,15	0,15	0,00	100,00
Нормовані оборотні засоби, тис. грн (НОЗ)	11322	12496	10942	-380,00	96,64
Коефіцієнт отримання продукції з оборотних засобів ($K_{\text{прод.з ОЗ}}$)	1,18	1,54	1,01	-0,16	86,08
Сумарна вартість нематеріальних активів і земельних ресурсів тис. грн (НА і ЗР)	25076,36	19278,42	17691,91	-7384,45	70,55
Чисельність персоналу, осіб (ЧП)	66	68	63	-3,00	95,45
Продуктивність праці, тис.грн (ПП)	296,21	392,10	364,26	68,05	122,97
Фондоозброєність, тис. грн (ФО)	459,94	446,41	567,19	107,25	123,32

Джерело: розраховано за даними річних звітів ТОВ «Долинівське».

На другому етапі здійснюється розрахунок складових виробничого потенціалу, який в кінцевому результаті дозволить отримати величину сумарного виробничого потенціалу (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка виробничого потенціалу в ТОВ «Долинівське» за 2011 – 2013 рр.

Показники	Методика розрахунків	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2011 р. у %
Фондовий потенціал	$ОВФ \cdot K_{\text{еф.кап.}}$	2255,25	2377,50	2429,03	107,71
Потенціал оборотних фондів	$НОЗ \cdot K_{\text{прод.з ОЗ}}$	13325,21	19234,55	11085,96	83,20
Потенціал нематеріальних активів і земельних ресурсів	$K_{\text{еф.кап.}} \cdot (НА \text{ і } ЗР)$	3761,45	2891,76	2653,79	70,55
Трудовий потенціал	$K_{\text{еф.кап.}} \cdot ЧП \cdot ОЖП$	1157,01	564,22	14934,04	у 13 р.
Оцінка живої праці (ОЖП)	$ПП \cdot \frac{ФО - ФО_1}{ПП - ПП_1}$	116,87	55,32	1580,32	у 14 р.
Величина сумарного виробничого потенціалу (СВП)	\sum потенціалів	20498,92	25068,03	31102,81	151,73
Ефективність використання виробничого потенціалу за прибутком	$\frac{\text{Прибуток}}{\text{СВП}}$	0,15	0,19	0,11	74,53

Джерело: розраховано за даними річних звітів ТОВ «Долинівське».

Отримані результати дозволили виявити позитивну тенденцію до підвищення ефективності використання трудового потенціалу. На це вказує зростання коефіцієнта у 14 разів у 2013 р. порівняно з 2011 р. На відміну від трудового, потенціал земельних ресурсів і оборотних фондів показали звужений розвиток. Зворотні процеси спостерігаються у ефективності використання земельного та фондового потенціалу, коефіцієнт яких зменшився 30% та 17% відповідно.

Отже, можна зробити висновок, що керівництво підприємства інтенсивно використовувало лише потенціал трудового персоналу, що у свою чергу призвело до занедбаного стану основних фондів та земельних ресурсів. Дана тенденція вплинула на величину ефективності використання сумарного виробничого потенціалу: попри збільшення його на 50 %, ефективність зменшилася на 25 %, що вказує на зменшення і прибутку підприємства. Тому, при плануванні розвитку діяльності товариства потрібно звернути увагу на підвищення ефективності використання потенціалу оборотних фондів та земельних ресурсів.

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник / В.Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2013. — 779 с.
2. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навч. посібник. / Є.Б. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О. І. Олексюк. — К.: КНЕУ, 2003. — 316 с.

УПРАВЛІННЯ ОБСЯГОМ ТА АСОРТИМЕНТНОЮ СТРУКТУРОЮ ПРОДУКЦІЇ У ТОВ «БЕРДИЧІВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»

Д. С. Мельничук, магістрант*

Постановка проблеми. Сучасні умови мінливого ринкового середовища докорінно змінюють характер економічного функціонування підприємств, що виявляється у підвищеній нестабільності, посиленні конкуренції на внутрішньому ринку, невизначеності зовнішнього середовища. Ринковий механізм економіки вимагає постійного вдосконалення всього господарського механізму і, насамперед, системи управління підприємствами в умовах ринкової нестабільності. У підприємств з'являються нові партнери, ускладнюються виробничі зв'язки, змінюються ціни на ресурси, вводяться нові законодавчі акти, що визначають правила взаємин підприємств з державними інститутами. Значно змінюється місце і роль асортиментної політики у загальній системі управління підприємствами. У зв'язку із зазначеним, більшість підприємств проходять досить складний етап, обумовлений переходом від планування товарного асортименту до розробки асортиментної політики. Особливо дані питання актуальні для підприємств харчової промисловості, вагомі позиції серед яких займають пивоварні заводи.

У сучасних умовах ринкового середовища важливо запропонувати покупцю якісну продукцію у відповідному асортименті. При цьому розробка асортименту пива і управління обсягом виробництва досить складні процеси, які потребують відповідних спеціалістів та сучасного обладнання. Важливо постійно врахувати вимоги споживачів, сезонність виробництва та характеристики продукції конкурентів, удосконалювати управлінську складову господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень. Вирішенню окремих проблем управління товарним асортиментом підприємств присвячено чимало теоретичних і практичних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: А. Хоскінг, М. Мескон, М. Альберт, Й. Ворст. Українські та російські автори також розглядають цю проблему у своїх працях, а саме: Л. В. Балабанова, І. Х. Баширов, О. П. Боняр, Д. О. Брагін, О. П. Дурович,

* Науковий керівник — д. е. н., професор В. І. Ткачук

І. В. Заблудська, П. С. Зав'ялов, В. Я. Кардаш, В. А. Павлов, О. О. Романов, Н. І. Трішкіна [3–4, 8–9]. Дослідження цих авторів зробили значний внесок у розробку зазначеної тематики, однак реалії сьогодення переконують, що чимало питань стосовно напрямів управління обсягом та асортиментною структурою продукції залишаються не вивченими.

Об'єкти та методика досліджень. Об'єктом дослідження є стан управління обсягом та асортиментною структурою продукції у ТОВ “Бердичівський пивоварний завод”.

Методологічною основою дослідження є системний метод пізнання закономірностей розвитку переробних підприємств, а також низка загальнонаукових і специфічних методів, які у сукупності дають змогу детально дослідити стан управління обсягом та асортиментною структурою продукції. У процесі дослідження використовувалися такі методи: *наукової абстракції* – для формулювання теоретичних узагальнень і висновків; *аналізу і синтезу* – для вивчення характеру та причинно-наслідкових зв'язків, встановлення тенденцій розвитку явищ і процесів; *монографічний* – для вивчення передового досвіду управління обсягом та асортиментною структурою продукції.

Результати досліджень. Сутність управління асортиментною політикою підприємства полягає у тому, щоб товаровиробник вчасно пропонував визначену сукупність товарів, які відповідають профілю його виробничої діяльності та найбільш повно задовольняють вимоги визначених категорій покупців. При цьому, процес управління асортиментною політикою підприємств розкривається у складових етапах: планування, організація, розпорядження, координація і контроль.

Формування асортименту покликане створити умови для отримання підприємством необхідного прибутку. Це обумовлено тим, що рішення стосовно підбору асортименту визначають обсяг доходів підприємства від торгової діяльності, величину витрат обігу (у зв'язку з різною товарною витратоємністю), потребу в обіговому капіталі та інші важливі господарсько-фінансові показники. При цьому, розробка плану та формування асортиментної структури товарообороту базується на системі стратегічних цілей, що можна зобразити так: “орієнтація на попит” – “орієнтація на ресурсозабезпеченість” – “орієнтація на прибуток”[1].

Управління асортиментом припускає координацію взаємозалежних видів діяльності – науково-технічної та проектної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами та стимулювання попиту. Проблема розв'язку даної задачі полягає у складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети оптимізації асортименту [2]. Якщо цього досягти не вдається, то в асортимент почне включатися продукція, розроблена скоріше для зручності господарських підрозділів підприємства, ніж для споживача.

Управління обсягом та асортиментною структурою продукції розглянемо на прикладі ТОВ “Бердичівський пивоварний завод” – одного з найбільших підприємств пивоварної галузі Житомирської області. Підприємство розташоване за адресою: м. Бердичів, вул. Європейська, 114. Основним видом діяльності – є виробництво пива. ТОВ “Бердичівський пивоварний завод” відомий своїм “живим” пивом. Виробляється бурштиновий напій без консервантів і пастеризації, тому і називається “живим”.

Асортимент продукції ТОВ “Бердичівський пивзавод” є достатньо широким та різноманітним і включає у себе такі сорти пива: “Старий Бердичів”, “Хмільне”,

“Лагер”, “Кармеліт”, “Гетьманське”, “Бердичівське Оригінальне”, “Бердичівське Пшеничне”, “Вечірній Бульвар”, “Жигулівське” та “Бердичівське Ювілейне”(табл. 1).

Таблиця 1

Асортимент продукції ТОВ “Бердичівський пивзавод”

Сорт пива	Густина, %	Алкоголь (об. не менше)	Рік випуску
“Старий Бердичів”	13,0	4,7	2007
“Хмільне”	11,0	3,7	2008
“Лагер”	11,2	3,8	2008
“Кармеліт”	11,5	4,3	2007
“Гетьманське”	12,0	4,7	2007
“Бердичівське Оригінальне”	14,0	4,8	2007
“Бердичівське Пшеничне”	12,0	4,7	2009
“Вечірній Бульвар”	14,0	3,7	2009
“Жигулівське”	11,0	4,3	2007
“Бердичівське Ювілейне”	13,5	4,8	2011

Джерело: власні дослідження.

Продукція реалізується за оптовими цінами вітчизняним та іноземним суб’єктам підприємницької діяльності через мережу фірмових магазинів. Підприємство є регулярним учасником професійних конкурсів пива, за час участі у яких продукція ТОВ “Бердичівський пивоварний завод” отримала понад 30 нагород. Продукція підприємства визнавалася лауреатом Всеукраїнського конкурсу якості “100 найкращих товарів України”.

У ТОВ “Бердичівський пивзавод” запроваджено наступні стандарти якості: ISO 14000 – міжнародний сертифікат відповідності системи екологічного менеджменту; ISO 9001 – модель гарантії якості при проектуванні, доведенні та обслуговуванні. Технологічні процеси побудовані згідно з вимогами стандарту ISO 9001-2001, в які інтегруються вимоги стандарту ISO 14000 та ДСТУ 4161-2003 “Система управління безпечністю харчової продукції”. Дотримання зазначених стандартів дає змогу розширювати асортимент продукції.

Формування асортименту ТОВ “Бердичівський пивзавод” включає наступні основні етапи:

- ✓ визначення поточних і перспективних потреб покупців, аналіз способів використання даної продукції й особливостей купівельного поведіння на відповідних ринках;
- ✓ оцінка існуючих аналогів конкурентів по тим же напрямкам;
- ✓ вибір сортів пива, які варто додати в асортимент і структуру, а які виключити з нього через зміни у рівні конкурентоздатності;
- ✓ розгляд пропозицій про створення нових продуктів, удосконалення існуючих;
- ✓ вивчення можливостей виробництва нових напоїв, включаючи питання цін, собівартості і рентабельності;
- ✓ проведення іспитів (тестування) продуктів з урахуванням потенційних споживачів з метою з’ясування їхньої прийнятності за основними показниками;

- ✓ розробка спеціальних рекомендацій для виробничих підрозділів підприємства щодо якості, фасону, ціни, найменування та упакування;
- ✓ оцінка і перегляд всього асортименту продукції.

Управління асортиментною політикою досліджуваного підприємства являє собою процес вибору визначеного курсу дій і принципів роботи, що з комерційної точки зору товарного формування забезпечить ефективне розроблення асортименту продукції та принесе максимальний прибуток виробнику. Управління асортиментом продукції, що випускається у ТОВ “Бердичівський пивзавод”, полягає у виробництві та пропозиції на ринку такої продукції, яку у даний час споживач бажає придбати і ґрунтується на принципі – випускати продукції стільки, скільки потрібно і коли потрібно.

З метою розробки пропозицій для подальшого розвитку ТОВ “Бердичівський пивзавод”, проведено SWOT-аналіз – визначення сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз. Основним при розгляді SWOT-матриці є перетворення слабких сторін у сильні, а потенційних загроз у можливості з метою оптимізації асортименту продукції до вимог ринку (табл. 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз ТОВ “Бердичівський пивоварний завод”

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> ✓ низька собівартість продукції; ✓ відпрацьована система постачання сировини; ✓ ефективне використання наявних ресурсів; ✓ готовність керівництва до ризику; ✓ кваліфікований персонал; ✓ високий ступінь НДДКР; ✓ наявна комунікаційна інфраструктура. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ застаріле обладнання; ✓ переважання ручної праці; ✓ несформована мотиваційна система праці; ✓ відсутність маркетингового відділу; ✓ невеликий асортимент продукції; ✓ відсутність чітко визначеної стратегії.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> ✓ впровадження нових енерго- та ресурсозберігаючих технологій; ✓ розширення ринків збуту; ✓ розширення асортименту продукції; ✓ співпраця з іноземними партнерами; ✓ залучення інвестицій; ✓ проведення модернізації технічного обладнання. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ висока конкуренція в галузі; ✓ невдала інвестиційна політика; ✓ технологічне відставання; ✓ несприятлива податкова політика; ✓ економічна та політична нестабільність в країні.

Джерело: власні дослідження.

Аналіз внутрішнього середовища показав, що підприємство має певні можливості для розширення асортименту, потенціал для збільшення обсягу виробництва і продажів, але при цьому не може і не хоче перепрофілювання виробництва. Аналіз зовнішнього середовища показав, що ринок перенасичений, темпи зросту вже скорочуються і обсяг продажів наближається до пікового значення.

Основою наявного стану конкурентоспроможності ТОВ “Бердичівський пивзавод” є висока якість продукції та широкий її асортимент. Досягнути цього вдалося за рахунок створення окремого відділу із забезпечення якості продукції, який очолює директор з якості. Він здійснює перевірку сировини та матеріалів, забезпечує організаційний контроль виробничого процесу, слідкує за дотриманням вимог до продукції.

Висновки. Ефективна реалізація всіх елементів системи асортиментної політики підприємств і цілеспрямоване управління ними вимагає постійного дослідження ринку та модернізації виробництва. ТОВ “Бердичівський пивзавод” для покращення асортименту потребує розширення виробничих потужностей. Для цього йому необхідно збільшити кількість обладнання, оптимізувати його продуктивність, підвищувати кваліфікацію робітників, а також удосконалювати структуру основних фондів та забезпечувати ефективно їх використання.

Основними напрямками розширення асортименту ТОВ “Бердичівський пивзавод” можуть бути: зменшення кількості недіючого устаткування, залучення у виробництво інноваційного обладнання; підвищення рівня організації виробництва; удосконалення виробничої структури основних фондів; часткова модернізація діючого устаткування, машин і механізмів; швидке освоєння проектних потужностей, введення в дію нових технологічних ліній та устаткування. За даним процесом повинен здійснюватися постійний контроль з метою дотримання технології виробництва, відповідно до наявного асортименту.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є створення математичної моделі оптимального асортименту пива ТОВ “Бердичівський пивзавод” з урахуванням рівнів і моделі взаємозв’язку виробників, постачальників і споживачів в умовах мінливого ринкового середовища.

Література

1. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства [Текст]: Монографія / Л. В. Балабанова, О. А. Брадіна. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. – 230 с.
2. Заблодська І. В. Товарна політика підприємства: механізм формування [Текст]: Монографія / І. В. Заблодська. – Луганськ: Видавництво СХУ ім. В. Даля, 2006. – 240 с.
3. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика [Текст]: Підручник / В. Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 2010. – 240 с.
4. Павлова В. А. Ценовые инструменты в управлении ассортиментом торгового предприятия / В. А. Павлова, В. Г. Мячин // Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1(4). – С. 299–306.
5. Лаврентьєва Л. С. Асортимент продукції як індикатор ефективної діяльності підприємства / Л. С. Лаврентьєва // Вестник Национального технического университета “ХПИ”. – 2006. – № 13. – С. 78–83.
6. Лутчин Н. П. Наукові підходи до визначення товарного ринку / Н. П. Лутчин, Я. Ю. Карпова // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 3 (117). – С. 63–67.
7. Романов О. О. Маркетингова діяльність підприємства: інструменти, критерії результативності / О. О. Романов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2. – С. 127–133.

8. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ: [учеб. пособие] / Ю.П. Сурмин. – К. : МАУП, 2003. – 368 с.

9. Трішкіна Н. І. Визначення ефективності товарної політики підприємства оптової торгівлі / Н. І. Трішкіна // Сталій розвиток економіки: всеукр. науково-виробничий журнал. – 2010. – № 1. – 55–65.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Ю. П. Мосійчук, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Насиченість ринку, перевищення пропозиції над попитом, низькі витрати споживача ускладнюють процес збуту виробниками своєї продукції. Не є винятком і підприємства аграрної сфери, що виступають провідною ланкою системи агробізнесу та визначають напрями та перспективи його розвитку. В умовах сучасних ринкових відносин і недостатньої уваги до цих питань гостро постає проблема теоретико-методичного та практичного узагальнення і розробки рекомендацій щодо пошуку інноваційних підходів у просуванні продукції вітчизняних аграрних підприємств на зовнішні ринки.

Питання просування продукції на ринок знайшли своє відображення у працях таких зарубіжних науковців, як Т. Амблера, Г. Армстронга, Г. Ассель, А. Войчака, В. Вонга, Е. Дихтля, П. Дойля, Ф. Котлера, Ж. Ламберна, Д. Сондерса, Х. Хершгена, Р. Чумпитаса, І. Шулінга, а також вітчизняних – І. Акуліча, Л. Балабанової, Л. Воронової, М. Дідківського, Н. Куденко, Л. Стровського, В. Щербак. Попри всебічне дослідження проблематики просування продукції підприємств на зовнішні ринки, недостатньо висвітленими лишаються особливості її просування українськими аграрними підприємствами.

Основний матеріал. Ефективне функціонування підприємств у ринкових умовах неможливе без такого важеля управління попитом, як просування товару, під яким розуміється будь-яка форма повідомлення, що використовується підприємством для інформації, переконування чи нагадування споживачам про свої товари, образи, ідеї, громадську діяльність чи вплив на суспільство. Метою процесу просування є стимулювання, а отже, покращення попиту [4].

Кожне підприємство при розробці комунікаційних програм обирає певний набір інструментів просування товару. Частки участі кожного з них у загальних витратах на проведення комунікаційних кампаній визначають структуру витрат на просування товару, що варіюється в часі та просторі залежно від виду бізнесу. Структура просування являє собою поєднання видів просування (реклама, особистий продаж, пропаганда, стимулювання збуту) в єдину систему просування товару. Політика просування товару може мати різні інструменти, які вимагають фінансових коштів, що на початковому етапі розглядається як довгострокові інвестиції. Водночас потрібен набір інструментів для того, щоб вимірювати ефективність політики просування, аналізувати результативність просування щомісячно, щоквартально або щорічно.

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

Типові форми просування товару можуть змінюватися залежно від рівня ринкового розвитку й особливостей типу ринку. Зокрема, традиційний склад комплексу просування має найбільшу практичну значимість для українських підприємств, що діють на споживчому ринку. На ринках розвинених країн виділяють як окремий елемент комплексу просування товару прямий маркетинг у силу його зростаючої значимості [2].

Форми й засоби просування товару утворюють його інструментарій. Самостійними формами просування в більшості випадків є реклама, стимулювання збуту. Засоби просування товару поділяються на особисті (вербальні, невербальні) і неособисті (телебачення, преса, радіо, виставки, пошта та ін.). Витрати на просування товару зростають у ситуації насичення ринку, в умовах гострої конкуренції, що стимулює продавців шукати й застосовувати нові й більш ефективні способи передачі інформації.

Економічну й комунікаційну ефективність просування товару варто розглядати як взаємозалежні складові. При цьому варто враховувати невизначеність, форми зв'язку між зусиллями по просування товару й віддачею. Ефективне просування засноване на дослідженнях і пов'язане з ретельною постановкою цілей, правильною організацією й плануванням комунікаційних кампаній, основними етапами яких є розробка креативної стратегії й оптимізація структури витрат на просування товару. Отже, важливою є не стільки ефективність просування товару, скільки ефективність управління просуванням товару, тому що перше залежить від другого [3].

В умовах насиченого ринку недостатньо розробити якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну та вибрати ефективні канали розподілу. Дедалі більшого значення набуває така складова комплексу маркетингу, як маркетингові комунікації. Їх система спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про товар підприємства, підтримку його збуту та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між контрагентами, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася [1].

З метою підвищення ефективності комунікаційної програми доцільно розробляти спеціально для окремого ринку, або й навіть для окремих клієнтів, враховуючи як прямий, так і зворотний зв'язок між підприємством та контрагентами. Отже, першим етапом комунікаційного процесу на зовнішньому ринку має стати ґрунтовне дослідження потенційних можливостей взаємодії підприємства та його продукту з контрагентами. Потенційні споживачі незалежно від того, що купуватимуть, спочатку вивчають рекламні звернення, відгуки на форумах (у випадку інтернет-реклами) або досліджують досвід інших підприємств, що мали торговельні стосунки з українськими постачальниками.

Висновки. Дослідження теоретичних основ формування комплексу просування продукції вітчизняних аграрних підприємств на зовнішні ринки дозволило зробити наступні висновки:

- просування продукції підприємства на зовнішні ринки має здійснюватись з врахуванням їх особливостей, тому для успішного експорту необхідно реагувати на запити місцевого ринку, частіше брати участь у різноманітних семінарах, конференціях, тендерах, активно використовувати інші заходи маркетингових комунікацій;

- політика просування може складатись з різних інструментів просування, які вимагають фінансових коштів. На початковому етапі кошти на просування слід розглядати як довгострокові інвестиції;

- перехід національно орієнтованого маркетингу в міжнародний потребує вивчення конкретного товарного ринку, його сегментації і розробки комплексу маркетингу, що поширювався б не тільки на особливості поведінки підприємства в

торгівлі та після продажного сервісі, а й на інвестиційну діяльність з урахуванням інтересів споживачів іноземних ринків.

Список використаної літератури

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. - М.: Эксмо, 2008. – 432 с.
3. Симонян Т.В. Маркетинг коммуникации / Т.В. Симонян, Т.Г. Кизилова - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. - 212 с.
4. Турченко М.О. Маркетинг: підручник / М. О. Турченко, М. Д. Швець. – К: Знання, 2011. – 318 с.

СВІТОВЕ ВИРОБНИЦТВО ЗЕРНОВИХ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В НЬОМУ

І. В. Нечипоренко, магістрант*

Актуальність дослідження. Україна знаходиться на порозі глобалізаційних процесів, що означають тіснішу взаємодію з економіками різних країн світу. Цей процес відкриває перед нашою країною нові шляхи для розвитку аграрного сектора, у т.ч. і для зерновиробництва.

В сучасних умовах обсяги виробництва зерна зростають меншими темпами, ніж його споживання. Традиційно зернове господарство займає одне з найважливіших місць у структурі аграрного сектору економіки України. Протягом останніх років функціонування зерновиробництва визначається позитивними темпами приросту обсягів виробництва та залучення інвестиційних коштів. Головною метою в зазначених умовах є перетворення зернової галузі на ефективну та конкурентоспроможну галузь економіки, щоб гарантувати продовольчу безпеку для країни та мати можливість експортувати виробничий надлишок агропромислової продукції.

Дослідженнями науково-теоретичного та практичного характеру задля досягнення економічного ефекту виробництва зернових в галузі рослинництва займалися такі науковці як: В. І. Ткачук, О. П. Бурлака, С. О. Заїка, К. В. Струк, М. М. Бакум, К. А. Пилипенко.

Мета роботи – дослідження світового ринку зернових і визначення місця України в ньому.

Результати дослідження. Сучасний стан розвитку суспільства характеризується збільшенням населення Землі та, відповідно, необмеженими його потребами. Як наслідок, спостерігається збільшення обсягів споживання зерна. Кожна країна є часткою світового співтовариства, в якому вона, залежно від розвитку національної економіки, виконує ту чи іншу роль у суспільному поділі праці. Внаслідок цього існують певні зв'язки, відносини та взаємна відповідальність держав у вирішенні деяких спільних проблем. Це стосується і зернового ринку як одного із найбільш

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Н. І. Кравчук

важливих продовольчих ринків та такого, який забезпечує продовольчу безпеку не тільки окремої держави, але й світу взагалі.

У 2014 році ФАО прогнозує світове виробництво зерна на рівні 2,458 млрд т (включаючи рис), що на 2,4% нижче в порівнянні з рекордними обсягами 2013 року. Спад очікується у виробництві фуражного зерна, але, незважаючи на це, рівень запасів залишиться на досить високому рівні. Аналітики вважають, що на цій ранній стадії причин для занепокоєння немає, поки не почнеться основний сезон 2014-2015 рр., за умови, що на торговий оборот не вплине напружена ситуація в Чорноморському регіоні. В цілому, світові запаси зерна залишаться на відносно високому рівні, йдеться в прогнозі ФАО. Попри прогнозоване зниження виробництва, торговий оборот може зрости до рекордного рівня в 2014 р. внаслідок достатніх запасів у країнах-експортерах і збільшення закупівель з боку традиційних імпортерів, таких як Бангладеш, Індонезія та Філіппіни [3].

На початку збиральної компанії 2013 р. думки експертів та аналітиків щодо оцінки валового збору зерна в Україні коливаються в межах 55-60 млн т. Так, за розрахунками Міністерства сільського господарства США (USDA), підготовленими в червні поточного року, урожай зерна в Україні у 2013-2014 рр. становитиме 60,9 млн т. У свою чергу, Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (FAO) оцінює можливості України в межах 65 млн т. За прогнозами Мінагрополітики України врожай зерна становитиме 65 млн т. Провідні вітчизняні аналітичні агенції оцінюють врожай на рівні 64,8 млн т.

Як стверджує С. О. Заїка, для досягнення максимального збільшення виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції потрібно визначити раціональні нормативи витрат відповідних виробничих ресурсів, необхідні витрати на підвищення якості і одержання екологічно чистої продукції, а також на охорону навколишнього середовища. Відповідно, економічну ефективність сільськогосподарського виробництва вивчають згідно вимог економічних законів, які його регулюють, і виробничих відносин, в межах яких розвиваються різноманітні форми власності та види господарювання.

Швидкі темпи розвитку економічних процесів в Європі призвели до того, що Україна не тільки стала найбільшим виробником на континенті, збираючи щорічно 45-55 млн т зерна, а й стала найбільшим експортером зерна за останні роки. За 2013-2014 рр. було експортовано 34,2 млн т зернових. Виробництво зерна займає істотну роль в агропромисловому комплексі країни, забезпечуючи як населення країни хлібом та хлібобулочними виробами, так і потреби переробних підприємств [4].

У своїй праці «Вдосконалення структури та підвищення конкурентоспроможності зерна» К. А. Пилипенко стверджує, що Україна має всі ресурси для вирощування зернових культур, а саме: сприятливі ґрунтово-кліматичні умови, вигідне геополітичне та територіально-економічне розташування, працьовите населення та кваліфіковані кадри. При цьому за розмірами посівних площ зернових культур Україна посідає серед зарубіжних країн 6-7, а за виробництвом зерна на одну особу – 5-6 місце [1].

Висновки. Підсумовуючи все вище сказане, можна стверджувати, що з розвитком науки і техніки, а також технологій вирощування сільськогосподарських культур, зокрема зернових, їх обсяг буде невпинно зростати відповідно до потреб населення. Саме тут наша країна може зайняти важливе місце серед країн-лідерів з експорту зерна. Зауважимо, що наша країна має потужний потенціал родючості ґрунтів, адже 25% всіх чорноземів світу розташовані саме в Україні. При дотриманні сучасних технологій і використанні передового обладнання можна отримати досить високу урожайність при збереженні родючості ґрунту. Як відомо, населення землі збільшується, відповідно збільшується і попит на продукти харчування. Оскільки темпи виробництва зерна в Україні також щорічно збільшуються, то є можливість

експортувати зернові в більшому обсязі, що буде позитивним для вітчизняної економіки.

Список використаної літератури:

1. Пилипенко К. А. Вдосконалення структури та підвищення конкурентоспроможності зернового виробництва [Електронний ресурс] / К. А. Пилипенко. – Режим доступу: www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/202.pdf
2. Бурлака О. П. Ефективність виробництва аграрної продукції в умовах невизначеності [Електронний ресурс] / О. П. Бурлака. – Режим доступу: www.pdaa.edu.ua/-sites/default/files/029.pdf
3. Аграрне інформаційне агенство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agravery.com/ua/roslynnyctvo/show/fao-prognozue-svitove-virobnictvo-zerna-na-rivni-25-mlrd-tonn>
4. Заїка С. О. Напрями підвищення ефективності виробництва зерна [Електронний ресурс] / С. О. Заїка, К. В. Струк. – Режим доступу: <http://intkonf.org/zayika-so-struk-kv-napryami-pidvischennya-efektivnosti-virobnitstva-zerna/>

СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. Ю. Ніконенко, магістрант*

Постановка проблеми. Трудові ресурси є невід'ємною частиною ефективно побудованого механізму розвитку аграрних підприємств. В ринкових умовах підприємства потребують фахівців не лише кваліфікованих, але й здатних при виконанні поставлених завдань самостійно приймати рішення та нести повну відповідальність за бездоганно виконану роботу. З роками в сільському господарстві відбувається плінність кадрів, що негативно впливає на якість роботи сільськогосподарських підприємств і агропромислового комплексу України. Досить часто молоді спеціалісти, які успішно закінчують профільний ВНЗ, маючи направлення на роботу, не використовують шанс, а обирають інші галузі виробництва. Серед причин такої тенденції – низька оплата праці, недостатня її мотивація, невідповідність умов праці міжнародним стандартам, що часто відлякує молодих фахівців та змушує переходити на роботу в перспективніші галузі економіки. Саме тому удосконалення соціально-економічного розвитку сільськогосподарських підприємств потребує системного й поступового удосконалення кадрового забезпечення.

* Науковий керівник – д. е. н., професор Є. І. Ходаківський

Аналіз останніх досліджень. У розробку теоретико-методичних, соціально-економічних і прикладних проблем щодо формування кадрової стратегії в аграрній сфері економіки значний внесок зробили вчені Д.П. Богиня, О.А. Бугуцький, М.Х. Вдовиченко, С.О. Гудзинський, В.С. Дієсперов, Ю.М. Краснов, Г.І. Купалова, Е.М. Лібанова, В.І. Лишиленко, В.В. Онікієнко, І.С. Пасхавер, В.В. Юрчишин, К.І. Якуба та ін. Визначальним критерієм кадрової стратегії стає підвищення ефективності праці. При деіндустріалізації виробництва, яка відбувається на багатьох ділянках сільської економіки, зайнятість приватизується, стає малопродуктивною. Виникає необхідність формування ефективної кадрової стратегії в аграрному секторі економіки враховуючи його особливості.

Результати дослідження. Трудові ресурси – специфічний і найважливіший з усіх видів економічних ресурсів підприємства, які представлені сукупністю працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві і, які входять до його облікового складу. Специфіка забезпечення трудовими ресурсами порівняно з іншими чинниками розвитку підприємства полягає в тому, що, по-перше, працівники не лише створюють, а й споживають матеріальні та духовні цінності; по-друге, багатогранність людського життя не вичерпується лише трудовою діяльністю, а отже, щоб ефективно управляти людською працею, потрібно завжди враховувати потреби людини як особистості; по-третє, науково-технічний прогрес і гуманізація суспільного життя стрімко збільшують роль менеджменту щодо знань, моральності, інтелектуального потенціалу та інших особистих якостей працівників, які формуються роками і поколіннями, а розкриваються людиною лише за сприятливих умов. Високоприбуткова господарська діяльність підприємств в умовах ринкової економіки пов'язана із управлінням ефективних соціально-економічних механізмів активізації трудових ресурсів, в основі формування яких є комплексний підхід до використання і розвитку всіх виробничих ресурсів. У сучасних умовах розвитку переважна більшість областей України має нестачу економічно активного населення, особливо у віддалених сільських територіях. Суттєве зменшення чисельності сільського населення внаслідок науково-технічного прогресу та міграції значно вплинуло на процес формування кадрового потенціалу в сільськогосподарських підприємствах. Хоча така тенденція має дещо неоднорідний характер, адже на заміну скороченню кадрового потенціалу приходять сучасне високотехнологічне устаткування, яке потребує значно менших затрат живої праці. Механізм відтворення робочої сили, що застосовується на нинішній час, є ще мало відпрацьованим і недосконалим, тому з кожним роком спостерігається зниження якості трудових ресурсів.

Для кожного сільськогосподарського підприємства як цілісної системи трудові ресурси відіграють надзвичайно важливу роль, адже суттєво впливає та безпосередньо взаємодіє з іншим ресурсним потенціалом підприємства, таким як грошові надходження, земельні ресурси, матеріально-технічне забезпечення.

Забезпеченість трудовими ресурсами сільськогосподарських підприємств Бердичівського району наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**Баланс трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств
Бердичівського району**

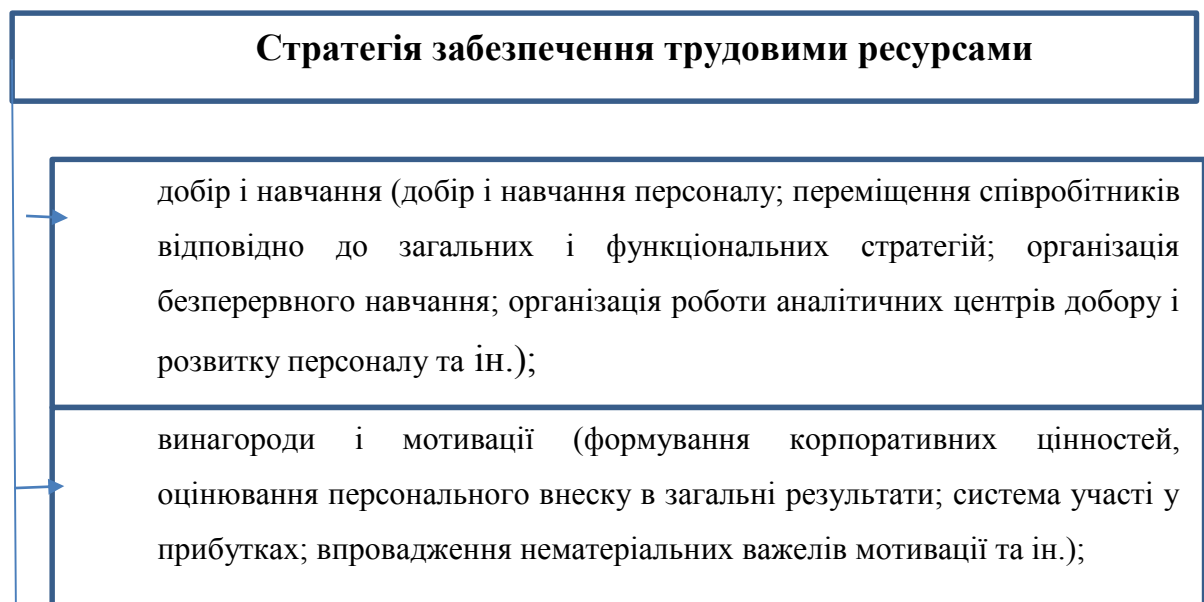
Категорії персоналу	2012 р.		2013 р.		2014 р.		2014 р. до 2012 р., +, -	
	Пот- реба,	Наяв- ність,	Пот- реба,	Наяв- ність,	Пот- реба,	Наяв- ність,	Пот- реба,	Ная- вніс

	осіб	осіб	осіб	осіб	осіб	осіб	осіб	ть, осіб
Всього працівників з них:	637	596	634	562	638	597	1	1
Механізатори (всього)	402	372	412	354	420	379	2	7
в т.ч.:								
трактористи-машиністи,	360	333	365	315	370	337	10	4
комбайнери	42	39	47	39	50	42	8	3
водії автомобілів	60	55	62	56	62	58	2	3
тваринники (всього)	160	155	145	138	140	143	-20	-12
в т.ч.: доярки	125	115	120	104	110	109	-15	-6
рослинники (всього)	15	14	15	15	16	16	1	2

За даними таблиці сільськогосподарські підприємства Бердичівського району не забезпечені в повному обсязі працівниками різних категорій. Водночас, у підприємствах відбувається вивільнення працівників. Така ситуація пояснюється, як уже відмічалось, зменшенням сільськогосподарського виробництва та вивільненням працівників низької кваліфікації. Адже, в умовах розвитку науково-технічного прогресу та впровадження у сільськогосподарське виробництво новітньої техніки та технологій вирощування сільськогосподарських культур та утримання поголів'я тварин потребує досвідчених та кваліфікованих працівників. Наразі у сільськогосподарських підприємствах виникла проблема забезпечення аграрного виробництва кваліфікованими кадрами

Забезпечення трудовими ресурсами являє собою стратегію спрямовану на забезпечення умов для ефективної реалізації творчих і креативних якостей кожного працівника. Використання трудових ресурсів повинно відповідати цілям організації, і не ігнорувати інтереси працівників і дотримуватись законів про працю.

Основні соціально-економічні показники розвитку сільськогосподарських підприємств Бердичівського району підтверджують про доцільність дослідження щодо розробки стратегії забезпечення трудовими ресурсами сільськогосподарських підприємств, яка наведена на рис. 1.



	стратегію формування трудових відносин (участь персоналу в управлінні; відносини із профспілками; адаптація до системи державного регулювання трудових відносин та ін.);
→	стратегію управління персоналом (план добору, найму, навчання, перекваліфікації, стимулювання працівників відповідно до потреб, зумовлених організаційними змінами).

Рис. 1. Стратегія забезпечення трудовими ресурсами

Трудовий потенціал є головним джерелом розвитку економіки, а саме майстерність, освіта, підготовка та мотивація діяльності трудових ресурсів. Склад трудових ресурсів підприємства формується й змінюється під впливом внутрішніх (характер, технології, організація виробництва) і зовнішніх (характер ринку праці, демографічні процеси та ін.) чинників.

Отже, головними завданнями кадрової стратегії сільськогосподарських підприємств Бердичівського району є: 1) формування кадрового потенціалу; 2) удосконалення принципів та методів добору; 3) обґрунтування форм і видів навчання та розташування кадрів; 4) організація профорієнтації та перепідготовки кадрів персоналу, проведення атестації та оцінки рівня кваліфікації; 5) підвищення кваліфікації персоналу та освітнього рівня персоналу; 6) аналіз плинності кадрів.

Список літератури

1. Богиня Д. П. Основи економіки праці : навч. посібник / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – К. :Знання –Прес, 2000. – 313 с.
3. Грішнова О. А. Економіка праці і соціально-трудових відносин : підручн. / О.А. Грішнова. – К.: Знання, 2004. – 535с.
3. Клівець П.Г. Стратегія підприємства навчальний посібник/ Клівець П.Г. - К. : Спільний проект із ВД «Академія», 2011. – 87с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Важливим аспектом діяльності фірми на зовнішніх ринках є розроблення оптимальної маркетингової стратегії, тобто такої поведінки компанії, яка б забезпечувала досягнення певної мети при встановлених можливостях в означений термін часу. Стратегія міжнародного маркетингу надає спрямованості та інтенсивності використання необхідних елементів комплексу маркетингу в цілому і на різних ринках, а також відповідних форм управління, організації, координації та контролю.

Серед наукових праць, в яких досліджуються проблеми міжнародного маркетингу в цілому та окремі аспекти оцінки ефективності маркетингової стратегії фірми зокрема, необхідно виділити дослідження таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Р. Баззел, К. Бакхаус, Й. Беккер, В. Білкей, Т. Боном, Ф. Бредлей, Г. Вайс, Е. Вісмайер, Б.Гале. А. Германнс, Е. Дихль, С. Дуглас, О. Каніщенко, Ф. Котлер, К. Крейг, Н. Куденко, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Майер, С. Мюллер, В. Ньюман, А. Павленко, М. Портер, Т. Решетілова, П. Россон, С. Скибінський, Д. Сондерс, Г. Стар, А. Старостіна, Ф. Хміль, К. Ховард, Р. Хюнберг, Т. Циганкова.

Основний матеріал. Визначення маркетингової стратегії, яке дійсно в широкому розумінні охоплює значення маркетингової стратегії, належить Н.В. Куденко: «маркетингова стратегія – це вектор дій фірми щодо створення її цільових ринкових позицій» [3]. Таким чином, в широкому розумінні маркетингова стратегія — це загальний план маркетингових заходів, з відповідним способами, засобами та напрямками, який визначає орієнтири та спрямовує окремі заходи маркетингу на вирішення поставлених завдань.

На думку О. Л. Каніщенко, “формування міжнародної маркетингової стратегії – це складний процес, який містить елементи ризику та невизначеності. Головна проблема – правильно вибрати основні альтернативні, зрозуміти та врахувати найважливіші фактори та умови, що впливають на цей вибір” [2].

Розглядаючи процес формування маркетингової стратегії, визначимо різницю та взаємозв'язки між такими поняттями, як “рівень стратегії”, “вид стратегії”, “стратегічна альтернатива”, “стратегічне рішення”. Візьмемо за основу положення про те, що маркетингову стратегію планують на трьох рівнях: корпоративному, функціональному та інструментальному, причому на кожному з цих рівнів розробляють різні групи стратегій. На мою думку, маркетингова стратегія є цілісним інтегрованим планом дій, отже, краще говорити не про групи маркетингових стратегій, а про елементи (субстратегії) маркетингової стратегії як складові частини одного цілого (наприклад, стратегія зростання, стратегія конкурентної поведінки, стратегія охоплення ринку тощо). У процесі розроблення кожного з цих видів стратегії постає необхідність вибору між різними стратегічними можливостями, що виключають одна одну, тобто між стратегічними альтернативами (наприклад, лідерство на ринку, виклик лідеру чи слідування за лідером). У формулюванні цих стратегічних альтернатив допомагають такі інструменти для розроблення стратегії, як матриці та моделі (наприклад, матриця Бостонської консалтингової групи, матриця Ансоффа, матриця Портера, модель конкурентних сил, тощо). Нарешті після всебічного аналізу всіх значущих факторів, що впливають на вибір між різними стратегічними альтернативами, вибирають одну з альтернатив, яку планують реалізовувати, тобто приймають стратегічне рішення.

На кожному рівні маркетингової стратегії є так звані базові елементи (субстратегії), розроблення яких проводять як на внутрішньому ринку, так і виходячи на зовнішні ринки. Тобто стратегічні рішення щодо базових субстратегій приймає

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

будь-яке підприємство, незалежно від того, чи займається воно міжнародною діяльністю. Разом з тим, вихід на зовнішні ринки зумовлює необхідність розроблення додаткових субстратегій, які не потрібні компанії, що працює тільки на внутрішньому ринку. Базові та додаткові елементи стратегії, кожен з яких передбачає певні стратегічні альтернативи та інструменти, формують комплекс елементів міжнародної маркетингової стратегії [4].

Розглянемо елементи корпоративного рівня маркетингової стратегії. На цьому рівні базовими субстратегіями є ті стратегічні маркетингові питання, що впливають на перспективи розвитку бізнесу в цілому: як розвивати підприємство (стратегія зростання), за рахунок чого вигравати в конкурентній боротьбі (конкурентна стратегія бізнесу), наскільки широким має бути набір сфер діяльності підприємства (портфельна стратегія). Ці стратегічні рішення приймає будь-яке підприємство, незалежно від того, чи займається воно міжнародною діяльністю. Інструменти для розроблення цих стратегій є загальновідомими: матриця Бостонської консалтингової групи та матриця “МакКінзі” (для портфельної стратегії), матриця Ансоффа та матриця зовнішніх придбань (для стратегії зростання), модель конкурентних сил та конкурентна матриця Портера (для конкурентних стратегій). У процесі виходу підприємства на міжнародний ринок корпоративний рівень стратегії охоплює декілька додаткових, на нашу думку, елементів: стратегію географічної детермінованості, стратегію розширення міжнародного ринку та стратегію виходу на зарубіжний ринок.

Таблиця 1

Комплекс елементів міжнародної маркетингової стратегії підприємства

Рівень розроблення стратегії	Базові елементи маркетингової стратегії	Додаткові елементи маркетингової стратегії на зарубіжних ринках
Корпоративний	Стратегія зростання Портфельна стратегія Конкурентна стратегія бізнесу	Стратегія виходу (проникнення) на зарубіжний ринок Стратегія географічної детермінованості Стратегія розширення міжнародного ринку
Функціональний	Стратегія охоплення ринку Стратегія позиціонування Стратегія конкурентної поведінки	Стратегія охоплення міжнародного ринку на рівні країн Стратегія міжнародного позиціонування
Інструментальний	Товарна стратегія Цінова стратегія Збутова стратегія Стратегія просування	Стратегія стандартизації або адаптації комплексу маркетингу

Розроблення стратегії розширення міжнародного ринку передбачає вибір однієї з таких стратегічних альтернатив: наростаюче проникнення і одночасне проникнення. Стратегія наростаючого проникнення означає вихід на один з найпривабливіших зарубіжних ринків, отримання досвіду міжнародної діяльності й поступове застосування цього досвіду в процесі виходу на інші ринки. Одночасне проникнення передбачає завоювання багатьох ринків відразу для швидшого нарощування знань, умінь та навичок міжнародної діяльності. Стратегія одночасного проникнення є актуальною для тих підприємств, продукція яких містить значний елемент новизни. У цьому випадку бажано почати одночасне освоєння всіх потенційно привабливих ринків, поки конкуренти не розробили аналогічного продукту [1].

Відтак, для більшості українських підприємств доцільнішою буде стратегія поступового проникнення, оскільки вони, по-перше, не мають досвіду роботи на зарубіжних ринках (у цьому випадку накопичення інформації про іноземний ринок та його завоювання відбувається крок за кроком), по-друге, пізно виходять на міжнародні ринки і відчувають сильну конкуренцію з боку підприємств, що вийшли на ринок раніше, і по-третє, мають дуже обмежені ресурси (яких не вистачить на одночасне завоювання багатьох ринків, які, втім, можна поступово накопичувати на освоєння нових ринків).

Висновки. У сучасних умовах інтернаціоналізації ринків запропонований комплекс складових міжнародної маркетингової стратегії має бути основою стратегічної діяльності українських підприємств. В результаті логічного його використання дані підприємства можуть підвищити рівень формалізації міжнародної маркетингової діяльності та забезпечити систематизованість та комплексний підхід до планування, реалізації та контролю міжнародної маркетингової стратегії в процесі виходу на міжнародний ринок, що сприятиме посиленню їх конкурентних позицій на світовому ринку. Адже саме стратегічний маркетинг із властивим йому функціональним апаратом є одним з найважливіших елементів конкурентної боротьби.

Список використаної літератури

1. Білошапка В. А. Стратегічне управління : принципи і міжнародна практика / В. А. Білошапка, Г. В. Загорій. - К.: Абсолют-В, 1998. - С. 173-224.
2. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації : навч. посіб. / О. Л. Каніщенко. – 2-е вид., перероб. – К. : Політехніка, 2004. – 152 с.
3. Куденко Н.В. Дискусійні проблеми сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства. / Н.В. Куденко // Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика». – 2004. – № 499.
4. Лук'яненко Д. Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: монографія / Д. Г. Лук'яненко. - К.: КНЕУ, 2001. - С. 229-237.

Постановка проблеми. В сучасних умовах невизначеності динамічного ринкового середовища суб'єкти господарської діяльності все частіше наштовхуються на проблему пошуку невикористаних резервів, які є у їхньому розпорядженні. Адже умови, в яких сьогодні доводиться працювати багатьом підприємствам, є вкрай важкими. Нестабільність економічної, політичної, соціальної та виробничої сфер значно знижує, а іноді й зовсім руйнує мотивацію до праці. І з цього випливає, що необхідність ефективного оцінювання мотиваційного механізму має вирішальне значення.

Результати дослідження. Вимірювання – це одна з найважливіших частин пізнавального процесу. Саме воно дозволяє проаналізувати явище: виміряти його властивості та виявити існуючі взаємозв'язки. Однак існують показники, які важко, а іноді, навіть неможливо оцінити в грошовому вимірі. До такого типу показників можна віднести й мотивацію [1].

Для вирішення задачі оцінювання рівня мотивації персоналу необхідно визначити оптимальну множину кількісних та якісних оцінювальних параметрів, що буде відповідати умовам повноти, дієвості та мінімальності [2]. Необхідно сформулювати таку кількість параметрів, яка б у повному обсязі характеризувала рівень вмотивованості персоналу на підприємстві, тобто охоплювала три основні складові мотивації працівника: працівник повинен хотіти бути «частиною підприємства», виконувати свою роботу і намагатись виконувати її краще. Кожна із зазначених складових підпорядкована певній закономірності і по-різному проявляється на підприємстві [3]:

1. Бажання бути «частиною підприємства» несе організаційну закономірність.
2. Бажання виконувати свою роботу містить економічну закономірність. Це означає, що працівник на робочому місці працює заради результату. Тому і проявляється ця складова через показник результативності.
3. Бажання виконувати свою роботу краще. В даному випадку діє когнітивна закономірність. Тобто вдале стимулювання працівника виконувати роботу краще призводить до підвищення якості виготовленої продукції.

Надзвичайно важливим етапом оцінювання результативності механізму мотивації персоналу є підготовчий. Від правильної постановки мети, вибраних методів оцінки, інструментарію, технології збору та обробки інформації залежить достовірність даних, на основі яких приймаються рішення. Особливістю етапу оцінювання результативності механізму мотивації персоналу є поєднання інформаційної, аналітичної та практичної складових. Інформаційна складова забезпечує збір та обробку даних щодо задоволення потреб, досягнення цілей управлінського персоналу та підприємства; аналітична – оцінювання результатів та порівняння за певними критеріями; практична – прийняття рішення за результатами оцінювання щодо необхідності внесення коректив у існуючий механізм [6]. Розглянемо більш детально кожен елемент запропонованої схеми оцінювання результативності механізму мотивації персоналу (рис. 1).

^{*} Науковий керівник – к. е. н., доцент А. М. Зелінська

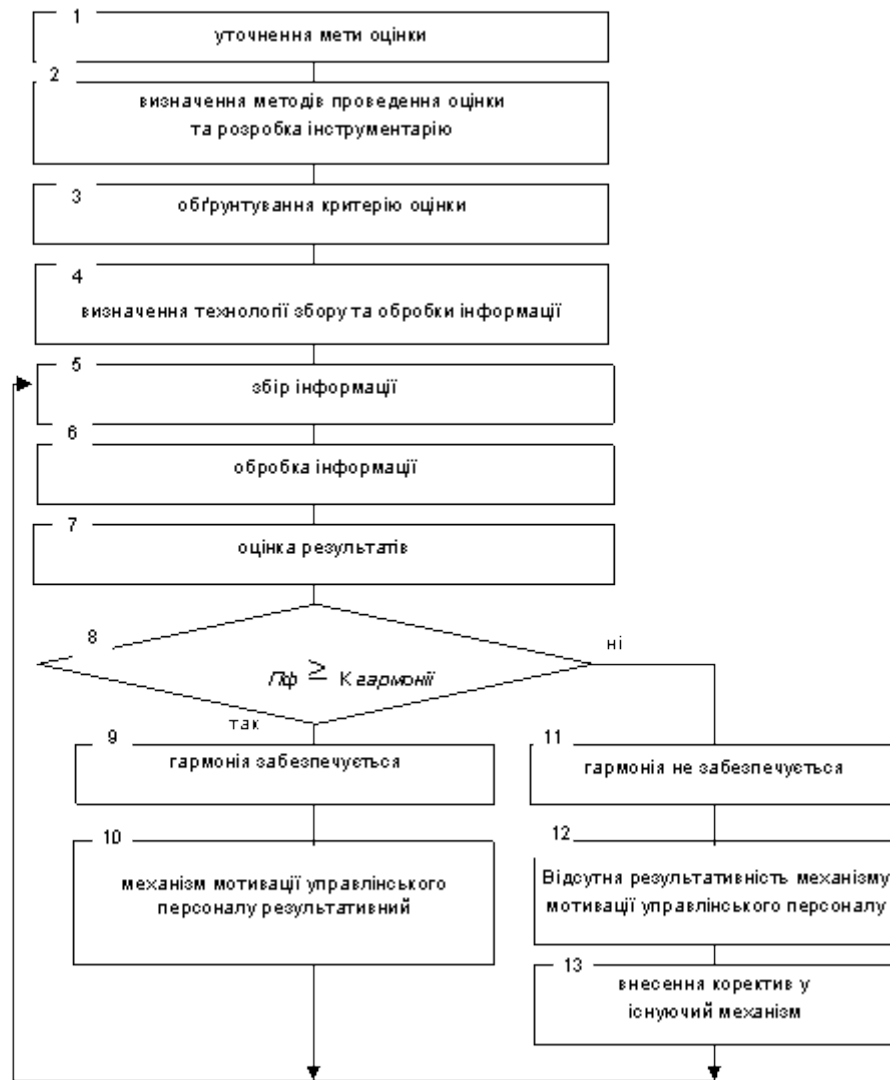


Рис. 1. Схема оцінювання результативності механізму мотивації працівників підприємства: P_f – фактичне значення показника; K_2 – критерій гармонізації інтересів та потреб працівників і підприємства.

Метою оцінки є отримання інформації щодо соціально-економічної результативності механізму мотивації персоналу підприємства. Механізм спрямований на задоволення потреб, інтересів, цілей підприємства і персоналу, їх гармонізацію. Результативним він буде лише у випадку досягнення гармонії потреб, інтересів, цілей зацікавлених сторін.

Існує значна кількість методів, за допомогою яких можна отримати інформацію про рівень досягнення цілей підприємства та працівників. Кожен з яких має свої переваги та недоліки. Однак найбільш прийнятним для цілей дослідження є метод опитування експертів [7]. Експертами виступають працівники системи управління, які володіють інформацією не лише про рівень досягнення власних цілей, задоволення власних потреб, а й про рівень досягнення цілей підприємства.

Важливим елементом підготовчого етапу є визначення критеріїв, за якими здійснюватиметься оцінка результативності. Критерій ефективності – міра оцінки ефективності, за якою вибираються ті чи інші засоби досягнення мети. Для суб'єкта критерій стає орієнтиром, до якого має прагнути оцінюване явище у своєму розвитку. Критерій тісно пов'язаний з поставленою метою й умовами її досягнення, він повинен фіксувати і вимірювати рівень досягнення визначених цілей. За своєю природою він є якісно-кількісно визначеним [5]. При розробці критерію необхідно керуватись певними

правилами [4]: назва критерію повинна відповідати сутності (тому, що вимірюється); критерій повинен бути зрозумілим, відповідати певній меті і сприяти підтримці певних стратегій чи ініціатив. Необхідно також встановити, чи можливо визначити даний аспект ефективності. Якщо так, то за допомогою яких методів. Доцільно встановити, чи можна виразити критерій в математичних термінах, записати формулу, чи зрозуміла система вимірювання, чи зрозуміло, які дані необхідні для розрахунків. Потрібно ще встановити, чи досить точними будуть отримані дані, чи допустима деяка втрата їх деталізації, визначити, як часто необхідно проводити розрахунки; встановити, чи достатня ця частота для того, щоб відстежити вплив заходів на покращення показників; визначити, звідкіля повинні надходити дані для відстеження критерію; визначити, хто саме відповідає за збір, упорядкування і аналіз даних; яким чином будуть використані отримані дані.

За критерієм повноти необхідно сформулювати таку кількість параметрів, яка б у повному обсязі характеризувала рівень мотивованості персоналу на підприємстві, тобто охоплювала три основні складові мотивації: бажання бути працівником даної організації, виконувати свою роботу та намагатися виконувати її якомога якісніше.

Висновки. Запропонований механізм дозволяє розглядати процес оцінки персоналу як складну систему із зазначенням алгоритму дій у вигляді переліку основних етапів, а також основних вимог до оцінки персоналу на підприємстві із подальшим визначенням ймовірних помилок для їх недопущення чи мінімізації на практиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богиня Д.П., Семикіна М.В. Ментальний чинник у сфері праці: проблеми теорії та практики: Монографія / Передмова І.Ф. Кураса. – К.: Шторм, 2003. – 382 с.
2. Бойко О.В. Організаційно-економічні аспекти мотивації трудової діяльності на підприємствах: Автореф. Дис. канд. екон. наук: 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Національний авіаційний університет. – К., 2009. – 23 с.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. – М.: МГУ, 1995. – 416 с.
4. Гнатієнко Г.М., Снитюк В.Є. Експертні технології прийняття рішень: Монографія. – К.: Маклаут, 2008. – 444 с.
5. Горбань В.Б. Соціально-економічна роль заробітної плати в структурі мотиваційного потенціалу машинобудівного підприємства // Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою: Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. – Серія: Економіка. – Т. X. – Вип. 126. – Донецьк: ДонДУУ, 2009. – С. 137–146.
6. Горбань В.Б. Тенденції розвитку мотиваційного потенціалу в умовах інноваційної активності машинобудівних підприємств // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. – Серія: Економічні науки. – Вип. 24: У2-х ч. – Ч.І. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – С. 85–90.
7. Гриньова В.М., Грузіна І.А. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства: Монографія. – Харків: ІНЖЕК, 2010. – 184 с.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Актуальність теми. Сучасна вітчизняна економіка, яка має свої переваги та недоліки розвитку в умовах глобалізації та жорсткої зовнішньої конкуренції, потребує достатньо серйозного підходу та зусиль щодо формування, відтворення, збереження, розвитку та доцільного використання трудового потенціалу нації. Все це набуде позитивної динаміки лише на основі державних рішень та неухильного їх виконання. Відомий документ “Про основні напрямки розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року” [1] був своєчасним, але не дав очікуваного імпульсу у вирішенні поставлених задач. Визначення трудового потенціалу як сукупної чисельності громадян працездатного віку, які за певних ознак (стан здоров’я, психофізіологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір провадити трудову діяльність, лягло в основу Указу Президента від 3 серпня 1999 року № 958/99. Все ж уже те, що на самому високому рівні було визнано пріоритетність розвитку трудового потенціалу держави, підтверджує вагомість цієї економічної категорії для стабільного розвитку економіки і, особливо, на сучасному етапі. Важливо відмітити, що в Указі одним із основних напрямів розвитку трудового потенціалу країни було визначено сферу освітньої бази за рахунок всебічного розвитку інтелектуальних, духовних та фізичних здібностей особистості, забезпечення ринку праці висококваліфікованою робочою силою. У цьому зв’язку передбачався широкий спектр діяльності, зокрема: забезпечення доступної та безоплатної повної загальної середньої освіти; сприяння професійному самовизначенню та ефективній адаптації молоді до умов ринкової економіки; формуванню ринку освітніх послуг; удосконалення нормативно- правової бази для професійного навчання персоналу на підприємствах відповідно до їх планів соціального розвитку; інтеграція професійно-технічної, вищої та післядипломної освіти України у міжнародну освітню систему та інше. Забезпечення продовольчої безпеки України знаходиться в безпосередній залежності від здатності аграрного сектору економіки виробляти дешеву, конкурентноздатну та екологічно чисту продукцію. Тому одним із найбільш пріоритетних завдань на даному етапі є розробка стратегії розвитку та формування виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств, адже лише науково – обґрунтована та раціонально сформована сукупність виробничих ресурсів здатна забезпечити ефективне та максимально результативне виробництво.

Ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього майнового потенціалу, але і від компетенції персоналу й ефективності його внутрішньої організації.

Для успішного формування та реалізації будь-яких елементів потенціалу потрібні, насамперед, правильно підібрані кадри, якісні їх навчання, організаційна культура, тісне співробітництво, можливості для вияву ініціативи, база знань, матеріальне та нематеріальне стимулювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Адамчук В.В. відмічає, що трудовий потенціал – це ресурсна категорія. Він повинен містити в собі джерела, засоби, ресурси праці, що можуть бути використані для рішення будь-якої задачі, досягнення визначеної мети, забезпечення можливостей окремої особи, суспільства, держави у визначеній області Врублевський В.К., як представник політекономічних поглядів, під трудовим потенціалом розуміє сукупність суспільного працівника та відповідні умови праці в єдності факторів, що відображають, з одного боку – його зміст, з іншого – соціально-економічний характер. Добринін А.І. визначає трудовий потенціал, як потенціал робочого часу людини, який володіє сукупністю

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

загальноосвітніх і професійно-кваліфікаційних характеристик, які з урахуванням історичних, демографічних, національних та інших особливостей, можуть бути використані в тій або іншій галузі суспільного виробництва. М. Долішній розглядає трудовий потенціал як “прогнозовану інтегральну здатність групи, колективу, підприємства, працездатного населення (трудові ресурси), країни, регіону до продуктивної трудової професійної діяльності, результатом якої є новостворені духовні та матеріальні цінності”. Лошенко І.Р. характеризує трудовий потенціал як можливості і здібності людини орієнтуватися у соціально-економічних ситуаціях та приймати ефективні рішення, які забезпечують процес реалізації конкурентоспроможного товару і послуг в умовах невизначеності та ризику, закладені у людині джерела сили і запаси енергії – як спеціаліста і організатора, які можуть і повинні бути приведені в дію, використані для вирішення поставлених цілей і завдань у певних умовах. Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П. визначили, що трудовий потенціал є наявною і можливою в майбутньому кількістю та якістю праці, якою володіє суспільство, колектив організації, індивід за даного рівня розвитку науки і техніки і котра визначається чисельністю працездатного населення, його професійно-освітнім рівнем”. Генкін Б.М. вважає, що трудовий потенціал – частина ще більш загального поняття потенціалу людини як особистості. Особистісний потенціал формується на основі природних даних (здібностей), освіти, виховання та життєвого досвіду. Автор пропонує розглядати трудовий потенціал шляхом розширення характеристик, які визначають можливості ефективності труда. Компонентами трудового потенціалу він вважає здоров’я, моральність та вміння працювати в колективі, творчий потенціал, активність (пасіонарність), організованість, освіта, професіоналізм, ресурси вільного часу. Сайко Ю.І. вважає, що трудовий потенціал є кількісною та якісною наявністю трудових ресурсів з урахуванням можливості їх збільшення при поточному рівні розвитку науки і техніки. У політекономічному аспекті цю категорію можна визначити як систему виробничих відносин між окремими індивідами, трудовими колективами, соціальними верствами і державою з приводу відтворення і використання працездатного населення країни, характеризується кількісною і якісною сторонами.

Результати досліджень. З нашої точки зору важливими характеристиками використання трудового потенціалу є його конкурентоспроможність, інноваційна діяльність, мобільність якості управлінських рішень, продуктивність праці, наявність яких підтверджує якість трудового потенціалу. Поняття якості трудового потенціалу – це комплексне поняття, яке складається з великої кількості характеристик, серед яких необхідно виділити природний приріст населення, зміцнення фізичного стану і здоров’я, підвищення інтелектуального рівня населення. Проте на шляху ефективного відтворення трудового потенціалу існують певні проблеми: – Недостатнє інвестування охорони праці, житлового будівництва, освіти, культури, науки та інших галузей соціальної сфери; – Відсутність якісного правового забезпечення збереження та розвитку трудового потенціалу; – Незбалансованість попиту та пропозиції на окремі спеціальності; – Відсутність системи працевлаштування випускників закладами освіти після завершення навчання; – Проблеми навколишнього середовища; – Високий податковий тиск на підприємства та недосконале податкове законодавство; – Недостатній рівень підготовки та перепідготовки спеціалістів; – Безробіття серед молоді та ін. Тому, саме вирішення цих та інших проблем, які стають на шляху до ефективного відтворення трудового потенціалу стає нагальним питанням в умовах сьогодення, що продиктовано вже наявністю та невирішеністю вище наведених проблем. Ретельний аналіз ситуації в сфері трудового потенціалу, що склалась в Україні сьогодні, дійсно показує, що населення держави не має повноцінної можливості розвиватися в умовах відкритого безробіття і вкрай швидкого соціального розшарування. Тому досить актуальним в сучасних умовах є пошук шляхів підвищення

адекватного використання та активного розвитку трудового потенціалу як на підприємствах, так і суспільства в цілому, що в свою чергу має забезпечити зростання індексу людського розвитку.



Висновки та перспективи досліджень. Дослідження особливостей трудового потенціалу підтвердили формування та розвиток, таких як моральність, творчий потенціал, освіта, організованість, активність, професіоналізм, ресурси робочого часу, мотивованість, вміння працювати в колективі тощо. Деякі з них мають більший вплив, інші – дещо менший. Проте, безперечно, існують основні фактори, які справляють найбільший формуючий вплив. Саме до таких факторів, на нашу думку, слід віднести освіту. Освіта у найкращому її вираженні може і має формувати та розвивати найважливіші характеристики трудового потенціалу.

Тільки завдяки наявності дієвого впливу та авторитетності освіти на сучасному етапі розвитку держави можливо створити потужний трудовий потенціал, який з роками буде лише примножуватись. Якісна освіта може забезпечити достатні умови для ефективного розвитку трудового потенціалу, що вкрай необхідно сьогодні за умов швидко- змінюваного суспільства. На нашу думку, тільки якісна освіта, як один з факторів впливу на трудовий потенціал, може забезпечити ефективність його формування та розвитку. Саме для цього необхідно дослідити принципи та механізми організації освітнього простору для формування та розвитку якісного трудового потенціалу держави. А для досягнення цієї мети, на нашу думку, мають бути виконані наступні завдання: – створення єдиного освітнього простору, удосконалення системи управління освітою; – підвищення якості освіти; – забезпечення доступності до якісної освіти, спадкоємності рівнів освіти (дошкільної, початкової, середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої, післядипломної, освіти протягом життя); – підвищення ефективності фінансування освіти. Досліджуючи категорію “трудовий потенціал”, автор прийшла до висновку, що, не зважаючи на велику увагу науковців та керівників виробництв до формування та розвитку трудового потенціалу як конкурентоспроможного та висококваліфікованого за рахунок освітнього чинника, достатньої уваги та важливості висвітлення та дослідження цього питання приділено не було. Така ситуація вимагає подальшого дослідження впливу освіти на формування та розвиток трудового потенціалу, що відповідає положенням Програми економічних реформ на 2010-2014 роки за напрямом “Реформа системи освіти”.

Список використаної літератури:

1. Про основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року [Електронний ресурс] : указ Президента України від 3 серпня 1999 р. № 958/99 – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/958/99>
2. Статистичний щорічник України за 2010 рік. Державний комітет статистики України. За ред. О.Г. Осауленка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://libtomcat.knteu.kiev.ua/library/DocDescription?doc_id=181965
3. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. – К. Т-во “Знання”, 2001. – 254 с
4. Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 327 с
5. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с
6. Назарова М.І., Старостенко Г.Г. Сучасні підходи формування, використання та управління трудового потенціалу області : Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 2, Т.1. Економічні науки. с. 86
7. Семикіна М. Регіональні аспекти збереження та розвитку трудового потенціалу в умовах глобальної кризи. 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Rarpsu/2010_15/Se_mikina.pdf

ПРОБЛЕМИ ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДП «КРУПОЗАВОД ОЗЕРЯНКА» ТОВ «ПС»

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. З розвитком ринкових відносин, посиленням конкуренції між суб'єктами господарювання виникає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності, що є основною передумовою підтримки стійких позицій на внутрішньому і зовнішньому ринку. Особливо актуальною означена проблема набуває в умовах посилення участі України в процесах глобалізації ринків, що зумовило проведення даного дослідження.

Проблеми конкурентоспроможності підприємств знайшли всебічне вивчення у працях таких вчених як: А. Смітт, Д. Рікардо, М. Портер, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, М. Макконелл, А. Маршал. З вітчизняних вчених цим питанням займалися: В. Андрійчук, П. Гайдучкий, Д. Доманчук, О. Шпичак, Ю. Лузан та інші.

Основний матеріал. В економічній літературі існує багато поглядів на сутність та економічний зміст поняття «конкурентоспроможність». Це, перш за все, пов'язано з тим, що поняття «конкурентоспроможність» має різні інтерпретації в залежності від об'єкту: продукція, окреме підприємство чи економіка країни в цілому (рис.1).

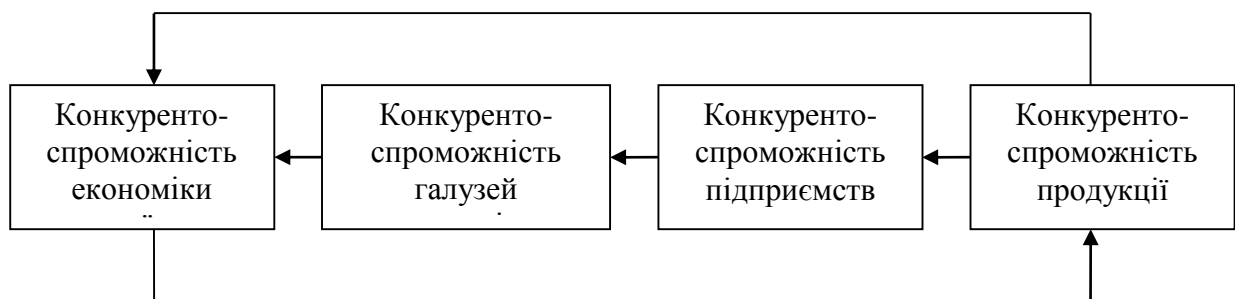


Рис.1. Структура конкурентоспроможності в залежності від об'єкту дослідження

Джерело: [3].

Ці поняття мають ієрархічну залежність, оскільки конкурентоспроможність економіки країни означає наявність конкурентоспроможних галузей, що, в свою чергу, неможливо без функціонування конкурентоспроможних підприємств. Основу вищепереліченого становить виробництво конкурентоспроможної продукції. Конкурентоспроможність як економічна категорія є предметом вивчення багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників. Основоположники теорії конкуренції для її характеристики використовували поняття порівняльних витрат (Д. Рікардо), порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін), порівняльних конкурентних переваг, чинників та продуктивності використання ресурсів (М. Портер). Але на сучасному рівні розвитку необхідний більш вузький підхід, який дасть нові пояснення причин, чому підприємства успішно конкурують з вітчизняними та зарубіжними підприємствами в своїй галузі, маючи такі ж стартові умови виробництва (землю тієї ж якості, капітал, висококваліфіковані кадри), як і їх конкуренти. Тому важливим кроком до розв'язання поставленої проблеми є правильне розуміння суті та значення конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість використовувати свої сильні сторони і концентрувати свої зусилля в тій сфері виробництва товарів чи послуг, де вона може зайняти наступальну позицію на внутрішньому та зовнішньому ринках [2, с. 94].

* Науковий керівник – к. е. н., доцент Н. І. Кравчук

Для поглибленого аналізу сучасного рівня конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора економіки доцільно використати монографічний метод, що передбачає дослідження проблем та процесів на прикладі окремого підприємства.

ДП «Крупозавод Озерянка» ТОВ «ІПС» є одним з лідерів на ринку України серед виробників гречаної та інших видів круп. Компанія займається виробництвом та фасовкою круп найвищої якості ТМ «Озерянка» та ТМ «Зерновита» українських брендів продуктів для здорового харчування.

Переробку зерна на борошно в Житомирській області здійснюють 4 комбінати хлібопродуктів та окремі млини, добова потужність яких з переробки зерна складає понад 700 т. Потужності ДП «Крупозавод «Озерянка» до 12,0 тис. т переробки зерна за рік.

Низька завантаженість потужностей ДП «Крупозавод «Озерянка» (до 40%) та значна частка закупівлі зерна гречки за межами області є проблемою підприємства. Основними завданнями та заходами з вирішення проблеми є завантаження існуючих потужностей ДП «Крупозавод «Озерянка» та введення в експлуатацію лінії з виробництва гороху, що можливе за умови збільшення обсягів вирощування зерна круп'яних та зернобобових культур у сільськогосподарських підприємствах області та налагодження взаємовигідних форм співробітництва сільськогосподарських виробників і переробних підприємств. Результатом вищезазначеного стане забезпечення населення Житомирської області крупами в асортименті внутрішньообласного виробництва за доступними цінами, що в свою чергу дає можливість зміцнити конкурентну позицію підприємства на ринку.

Висновки та пропозиції. Для динаміки розвитку економіки в умовах глобалізаційних процесів конкурентоспроможність підприємств має велике значення. Лише дія у комплексі може вивести продукцію на високий рівень конкурентоздатності. ДП «Крупозавод Озерянка» ТОВ «ІПС» має потенціал та можливість до підвищення конкурентної позиції на українському ринку, а отже зростання конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках у перспективі. У перспективі доцільним є дослідження методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Необхідно детально розглянути основні етапи оцінки та показники, які використовуються для вимірювання цієї характеристики. Також, слід зосередити увагу на пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств, зокрема, сфери аграрного виробництва.

Список використаної літератури

1. Гарачук Ю. О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю / Ю. О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – с. 60-65.
2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.
3. Кравчук Н.І. Конкурентоспроможність продукції та її економічна сутність. / Н.І. Кравчук. – Вісн. Львів. держ. аграрн. ун-ту: Сер. Економіка АПК. – 2005. – № 12. – С. 361-366.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ АГРОВИРОБНИЦТВА

А. М. Святкін, магістрант

Актуальність теми. Ринкові умови господарювання надають значні потенційні можливості для розвитку вітчизняних сільськогосподарських підприємств як суб'єктів підприємництва, передбачаючи водночас їх повну відповідальність за результати власної діяльності. Відтак непересічного значення для сільськогосподарських підприємств набуває організаційно-економічне забезпечення їх діяльності, оскільки його механізм призначений забезпечувати ринкову стійкість підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Виробництво аграрної продукції є головним фактором забезпечення продовольчої безпеки країни. Ключовими пріоритетами аграрної стратегії України до 2020 р. визначено високий рівень забезпечення населення вітчизняною аграрною продукцією, підвищення її конкурентоспроможності в контексті розвитку світогосподарських зв'язків нашої країни.

Для сучасного розвитку аграрного сектора характерним є зменшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та низький рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому так і зовнішньому ринках. Причинами такого стану є недостатня увага до аграрного сектору державної влади та низький рівень підтримки вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників. Тому організаційно-економічне забезпечення діяльності аграрних підприємств має базуватися на формуванні стратегії розвитку аграрних підприємств шляхом застосування його інноваційної моделі, що передбачає гарантоване виробництво екологонебезпечної якісної сільськогосподарської продукції.

Вагомий внесок у дослідження питань щодо організаційно-економічного забезпечення діяльності аграрних підприємств зробили В.Я. Амбросов, В.Г. Андрійчук, А.Г. Бідик, В.І. Богачов, В.М. Гончаров, П.К. Канінський, С.М. Кваша, М.Й. Малік, В.Я. Мессель-Веселяк, П.Т. Саблук, В.Г. Ткаченко та інші, які заклали фундамент теорії формування і практичного застосування організаційно-економічного механізму в аграрній сфері. Разом з тим, питання систематизації існуючих наукових підходів щодо дослідження формування організаційно-економічного забезпечення аграрних підприємств, а також питання пошуку напрямів та пропозицій з напрямків його удосконалення в аграрному секторі залишаються не вирішеними, що визначило актуальність її теми, наукову і практичну значущість.

Результати дослідження. Сучасний розвиток аграрної сфери національної економіки в умовах членства України в СОТ вимагає змін в організації виробництва на національному і міжнародному рівнях, що є основою для активного формування нового типу економічних відносин між економічними суб'єктами, а також організації нових механізмів розвитку виробництва аграрної продукції в сільськогосподарських підприємствах, реалізації їх економічних інтересів. Формування економічного механізму щодо розвитку виробництва аграрної продукції стає визначальним чинником підвищення рівня конкурентоспроможності національної аграрної економіки в умовах глобалізації.

Наразі в галузі сільського господарства спостерігається стан загальної глибокої трансформаційної кризи та інституційної невірноваженості, нерозвиненості ринкової інфраструктури, тінізації національної економіки, непрозорості та нестабільності ринкових відносин та соціально-економічної нестабільності. Підтверджується факт несформованості системи адаптації економічного механізму щодо організації розвитку і функціонування сільськогосподарських підприємств до умов ринку в Україні [2, с. 31].

Головними сільськогосподарськими культурами, які вирощуються підприємствами Житомирського району, є зернові та зернобобові. Посівні площі зернових в період 2012-2014 рр. збільшились у 1,5 рази, в результаті значно збільшились об'єми виробництва пшениці озимої та ярої, жита, кукурудзи на зерно та гречки та молока. Втім, рентабельність агровиробництва у 2014 р. була збитковою і

становила -14,6%. Непомірно високі ціни на паливно-мастильні матеріали, мінеральні добрива, пестициди, фунгіциди та гербіциди, корма, техніку сприяли зростанню собівартості продукції, а ціни її реалізації не відображали прибутковості.

Таким чином, для створення нормального конкурентного середовища для всіх партнерів АПК, необхідно сформувати відповідний механізм розвитку виробництва аграрної продукції, підвищення її конкурентоспроможності, що включає господарський механізм, метою якого є створення системи умов та відносин регулювання виробництва, розподілу, обміну і споживання (нагромадження) та економічний механізм, який характеризується сукупністю методів і засобів економічного впливу на зростання виробництва та підвищення його ефективності (рис. 1).



Рис. 1. Організаційно-економічний механізм розвитку агровиробництва

Сучасне виробництво аграрної продукції сільськогосподарськими підприємствами загалом перебуває в глибокій кризі. Його стабілізація та розширене відтворення повинні набути масового характеру. Цьому має передувати організаційна робота по досягненню високого рівня спеціалізації галузі і продуктивності рослин і тварин, впровадження інноваційних процесів. Механізм регулювання розвитку виробництва аграрної продукції та підтримки підприємств сільського господарства має сприяти формуванню адаптивної поведінки сільськогосподарського товаровиробника. Він повинен бути орієнтований на вирішення як мінімум двох основних завдань: постійне нарощування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та системне забезпечення продовольчої безпеки країни [1, с. 114].

Особливості функціонування і управління виробництвом аграрної продукції, повинні творчо застосовуватися керівниками та підприємцями в сучасних умовах господарювання, оскільки їх врахування та використання є необхідною передумовою ефективного ведення аграрного виробництва. Саме такий підхід дасть змогу уникнути помилок і надмірних витрат, пов'язаних з реконструкцією агропромислового комплексу.

Отже, головним напрямом підвищення ефективності управління виробництвом продукції в аграрних підприємствах є: інтенсифікація виробництва; розвиток комплексної механізації й автоматизації виробничих процесів; доступність позикових коштів для розвитку матеріально-технічної бази; використання інвестиційно-інноваційного потенціалу, що допоможе збільшити обсяги виробництва продукції, і, в свою чергу, скоротити собівартість виробництва 1 ц продукції та збільшити прибуток, ефективне використання якого в подальшому забезпечить високий рівень конкурентоспроможності підприємства у галузі, зміцнення його економічного становища.

Список використаної літератури

6. Саблук П. Т. Шляхи модернізації. Вибрані статті з питань аграрної економіки / П. Т. Саблук. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – Кн. 3. – 516 с.
7. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи: формування і функціонування. Методичні рекомендації / Ю. О. Лупенко, М. І. Малік, М. П. Гриценко, Р. Я. Корінець. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 68 с.
8. Супрун О. М. Економічне регулювання аграрного виробництва : монографія / О. М. Супрун. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 350 с.
9. Хвесик Ю. М. Інвестиційне забезпечення аграрної сфери сільських депресивних територій: інституціональні передумови та напрями удосконалення : монографія / Ю. М. Хвесик. – К. : Кондор, 2011. – 460 с.

ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. М. Семененко, магістрант*

Постановка проблеми. Важливою економічною категорією та головною метою здійснення підприємницької діяльності суб'єктів господарювання є прибуток. Прибуток окремих підприємств значно впливає на величину фінансових ресурсів держави, зокрема, бюджетних ресурсів і фінансів суб'єктів господарювання. Взаємозв'язок прибутку з макроекономічними показниками найповніше відображено на всіх стадіях руху ВВП: при створенні, розподілі та використанні. Чим ефективніше працює підприємство, тим більший воно одержує прибуток, тим міцніший його економічний стан і положення на ринку. Разом з тим прибуток має стимулюючу дію на

* Науковий керівник – к. е. н., доцент І. Ф. Грабчук

зміцнення комерційного розрахунку, інтенсифікацію виробництва при будь-якій формі власності. Лише маючи достатню суму прибутку, підприємство може своєчасно, з урахуванням вимог ринку переорієнтувати виробництво, реконструювати його, придбати нові, більш продуктивні засоби виробництва, передовіші технології і завдяки цьому забезпечити істотне зростання обсягу виробництва продукції, значно поліпшити її якість, скоротити витрати і цим досягти високої конкурентної спроможності. За таких тверджень прибуток є гарантом того, що підприємство й надалі буде спроможним одержувати високі прибутки без загрози стати банкрутом.

Значний внесок у розв'язання сучасних проблем зростання прибутку підприємства в системі забезпечення діяльності підприємницьких структур внесли українські економісти: В.Г. Андрійчук, О.Д. Василик, З.С. Варналій, З.М. Васильченко, С.Ф. Голов, В.І. Грушко, А.І. Даниленко, Л.І. Данилова, М.Я. Дем'яненко, О.Д. Заруба, М.Я. Коробов, А.М. Поддєрьогін, С.Ф. Покропивний, Н.М. Ушакова С.І. Юрій та іноземні Т. Мен, А. Сміт, Дж.Ст. Мілль, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей, Дж. Міль, В. Рошер, Ф. Бастіа, А. Маршалл, Н. Сеніор, А. Самуельсон, Дж. Бейтс. Кларк та ін.

Результати дослідження. Поняття прибутку в економічній системі завжди формується у тісному взаємозв'язку з товарно-грошовими відносинами та розвитком інституту власності. Перші визначення прибутку збігалися зі значенням валового доходу, який за індивідуалістичною системою розподілу поділявся на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці [1, с. 47].

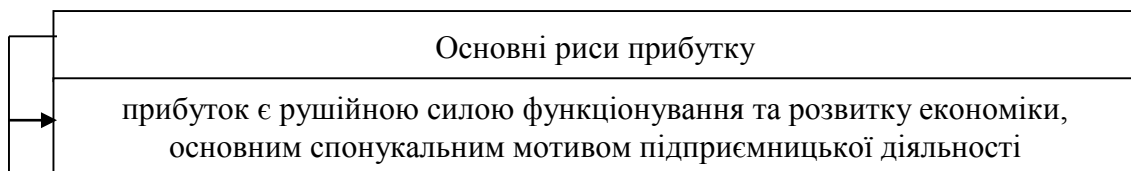
А. Сміт і Д. Рікардо відокремили поняття прибутку в особливу економічну категорію, яку досліджували у тісному зв'язку із процесом нагромадження капіталу, із факторами зростання суспільного багатства. На відміну від меркантилістів, які вважали, що прибуток утворюється у сфері обігу і фізіократів, які пов'язували його із сільським господарством, А. Сміт першоджерелом прибутку визначає тільки виробництво [3, с. 89]. Багато зарубіжних економістів у поясненні прибутку використовують теорію трьох факторів виробництва Ж.Б. Сея, за якого участь у створенні вартості беруть праця, земля, капітал [2, с. 234]. За теорією Карла Маркса, прибуток – це форма додаткової вартості, джерелом якої може бути лише праця найманих робітників. У західній економічній літературі висувують різні теорії, що пояснюють існування економічного прибутку. Усі вони зводяться до двох причин: ризик та інноваційна діяльність; можливість отримання монопольної влади [3, с. 148].

Ряд вчених доводять, що прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва, який характеризує відносини, які виникають у процесі суспільного виробництва. Інші вчені вказують, що прибуток у загальному економічному розумінні – це додаткова вартість, що створюється в процесі виробництва, іншими словами – це вартість, створена в процесі підприємницької діяльності понад вартість виробничо спожитих ресурсів і робочої сили [26, с.

134]. Кількісне визначення прибутку вказує на різницю між загальним доходом (валовим виторгом) підприємства від реалізації продукції та сукупними витратами на її виробництво.

В умовах ринкової економіки прибуток є узагальнюючим показником фінансових результатів господарської діяльності підприємств, метою їхньої діяльності. Отриманий підприємством прибуток є результатом кругообігу засобів, вкладених у підприємство, і належить до власних фінансових ресурсів підприємства. Водночас отриманий прибуток не залишається повністю в розпорядженні підприємства, його значну частину у вигляді відповідних податків вилучає держава до бюджету.

Економічна сутність прибутку в умовах ринку виявляється в рисах, які представлені на рис. 1.



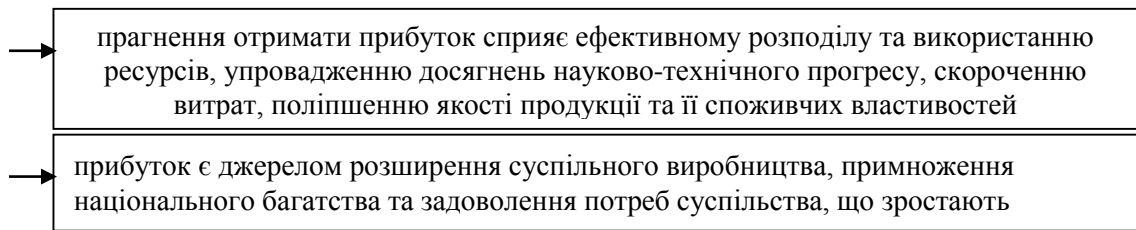


Рис. 1. Основні риси прибутку

Джерело: власні дослідження автор за матеріалами [3, с. 114].

За 2012-2014 рр. діяльність сільськогосподарських підприємств Червоноармійського району є прибутковою. У 2014 р. було отримано прибутку в розрахунку на 1 середньорічного працюючого 6,2 тис. грн., а в розрахунку на 100 га с.-г. угідь – 19,7 тис. грн., що відповідно більше ніж у 2012 р. на 8,9 тис. грн. та 30,1 тис. грн. Рівень сукупної рентабельності 2014 р. становив 16,5 %, що більше ніж в 2012 р. майже у 3 рази. Тобто, загальна прибутковість сільськогосподарських підприємств району за досліджуваний період покращилася.

Питома вага прибуткових сільськогосподарських підприємств по Червоноармійському району становить 76,6 %. Втім, є підприємства, які закінчують господарський рік із збитками, їх частка складає 23,4 % (табл. 1).

Групування сільськогосподарських підприємств Червоноармійського району вказує, що лише п'ята частина господарств досягають прибутків більше 500 тис.грн. До них можна віднести: ТОВ «Юкрен-Пікарді Агрікультюр, ТОВ «Агро-регіон Житомир», ТОВ «Павлівка- Агро-Трейд», «Аграрні інвестиції», ТОВ «Агро-Полісся» тощо.

Втім, високу частку займають підприємства, які отримують від господарської діяльності прибутки від 0 до 200 тис. грн. (36,2 %). До них відносяться: ТОВ «Староолександрівка», СТОВ «Новинське», СТОВ «Полісся» та інші. Це вказує на те, що таким господарствам необхідно проводити диверсифікацію діяльності, в іншому випадку рівень збитковості таких підприємств може призвести до їх банкрутства.

За час ринкової трансформації аграрного сектора економіки, зокрема, у Червоноармійському районі склалася доволі різноманітна структура господарських суб'єктів аграрної галузі за розмірами господарств, організаційно-правовим формами, рівнем концентрації тощо. У зв'язку з необхідністю підвищення ефективності виробництва та стабілізації доходів аграрних товаровиробників, виробничий сектор, який раніше лише постачав на ринок сировину для переробної та харчової промисловості, перетворюється на диверсифікований аграрний сектор економіки, представлений різними за масштабами, сферою діяльності та спеціалізацією господарствами.

Таблиця 1

Групування сільськогосподарських підприємств Червоноармійського району за рівнем прибутковості

Рівень прибутковості, тис. грн	Кількість господарств	Питома вага, %	Прибуток (збиток) на 100 га с.-г. угідь, тис. грн	Прибуток (збиток) на 1 середньорічного працюючого, тис. грн.	Норма прибутку, %	Рівень рентабельності, %
0 – 100	7	19,5	12,4	9,9	3,6	4,2

101 – 200	6	16,7	13,1	11,4	4,9	6,5
201 – 300	9	25,0	29,5	18,5	7,8	8,2
301 – 400	3	8,3	30,8	19,2	8,1	9,0
401 – 500	4	11,1	36,3	21,4	9,2	10,1
Більше 500	7	19,4	190,4	62,8	33,6	40,9
По району	36	76,6	38,65	12,29	15,29	32,36
Кількість збиткових підприємств	11	23,4	- 48,6	- 18,9	- 5,1	- 7,8

Джерело: розраховано за фінансовою звітністю департаменту агропромислового розвитку Червоноармійської райдержадміністрації.

Окремі сільськогосподарські підприємства Червоноармійського району самостійно формують партії продукції для її заготівлі, зберігання, переробки та реалізації. Саме вертикально інтегрована диверсифікація аграрних підприємств дозволить сконцентрувати вище перераховані стадії виробництва, тим самим збільшуючи частку товаровиробника в ринковій ціні кінцевої продукції та збільшуючи прибутки.

Отже, зростання прибутковості сільськогосподарських підприємств вбачається можливим за застосування різних видів диверсифікації. Проте найбільш поширена вертикальна та горизонтальна диверсифікація виробництва, яка вважається інструментом використання переваг комбінування, проникнення у нові високорентабельні галузі агропромислового комплексу.

Список використаної літератури

10. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропродовольчого комплексу : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2010. – 414 с.
11. Кропивко М. Ф. Організація управління аграрною економікою : монографія / М. Ф. Кропивко, В. П. Немчук [та ін.]. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 390
3. Легеза Д. Г. Конкурентоспроможність продукції сільськогосподарських підприємств : монографія / Д. Г. Легеза. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 396 с.

СТГРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

А.С. Скиба, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень

* Науковий керівник – д. е. н., професор Л. Ц. Масловська

Україною зроблений вибір свого майбутнього розвитку – перехід до ринкової економіки і вихід на світовий ринок.

В умовах сьогодення, коли підприємства змушені боротися за своїх покупців, конкуруючи зі світовими лідерами в різноманітних сферах діяльності, питання стратегічного розвитку підприємств набуває особливої актуальності. Адже нові часи потребують створення принципово нових стандартів організації і ведення успішного бізнесу.

Визначення стратегічного напрямку розвитку підприємства, яке має широкий асортиментний ряд, ускладнено визначенням напрямів діяльності, які можуть бути найбільш перспективними з позицій прибутковості, перспектив розвитку ринку, зростання вартості активів тощо.

Тому головною проблемою стратегії розвитку підприємства є розробка стратегічних планів так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але і бути достатньо гнучкими, щоб при необхідності можна було здійснити модифікацію і переорієнтування. Загальний стратегічний план варто розглядати як програму, що спрямовує діяльність фірми протягом тривалого періоду часу, даючи собі звіт про те, що конфліктна і постійно мінлива ділова і соціальна обстановка робить постійні коригування неминучими.

Першим і, може бути, самим істотним рішенням при плануванні, буде вибір цілей підприємства.

Стратегія розвитку підприємства є основою стратегічного керування й охоплює: суворе формування цілей організації, її структурних підрозділів і особистих цілей кожного члена колективу;

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Слово стратегія грецького походження й означає мистецтво розміщення військ та маневрування ними у бою. Пізніше це слово почали використовувати в теорії ігор, де воно стало означати план дій у конкурентній ситуації залежно від поведінки опонентів. Отже, поняття стратегічний у значенні найважливіший, визначальний перейшло в термінологію менеджменту з військового лексикону та теорії ігор. Уперше термін «стратегія» запозичив у військових і використав у економіці для визначення одного із видів керівництва будь-яким комерційним підприємством А.Чендлер - молодший у 1962 році. Власне з того часу розпочався етап стратегічного планування на підприємствах в умовах ринкової економіки.

У фаховій літературі є різні думки щодо сутності стратегії розвитку організації. Так, І. Ансофф визначає стратегію як набір правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності.

Б. Карлоф описує стратегію як узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення поставленої мети шляхом координації та розподілу ресурсів компанії. Р. Уотермен під стратегією розуміє спосіб, за допомогою якого фірма збирається покращити свої конкурентні позиції.

М. Мескон розглядає стратегію як детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації та досягнення її мети.

Результати досліджень, проведених Інститутом економіки промисловості НАН України, засвідчують, що багато підприємств взагалі не розробляють ділової стратегії, вважаючи, що стратегія — це поняття надто абстрактне, тому воно не може позитивно вплинути на ефективність роботи підприємства.

Основний матеріал

Стратегія підприємства – це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритети і для підприємства проблеми, його місію, головні цілі і розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона формулює цілі та основні шляхи для їх досягнення, таким

чином, що підприємство має спільний напрямок розвитку. За своїм змістом стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий плановий документ, тобто це результат стратегічного планування. В свою чергу стратегічне планування – це процес здійснення цілей на певний період та напрямків діяльності підприємства. Розробка стратегій підприємств – це досить складний і тривалий процес, враховуючи постійну переоцінку і періодичну перевірку вибраних цілей, аналізуючи при цьому стан середовища діяльності самого підприємства.

Табл. 1

Характеристика видів базової та альтернативних стратегій

Різновид базової стратегії	Критерії визначення характеру стратегії	Стратегічні альтернативи
Стратегія зростання (наступальна)	Об'єм продаж Дохід Частка ринку Швидкість зростання	Інтенсифікація ринку: просування на нові ринки, розширення присутності, географічна експансія. Диверсифікація: вертикальна, горизонтальна, побіжна. Міжфірмове співробітництво та кооперація. Зовнішньоекономічна діяльність.
Стратегія стабілізації (наступально - оборонна)	Дохід на об'єм продаж Дохід на активи Дохід на акції Швидкість пожвавлення	Економія: ревізія витрат, консолідація, пожвавлення Зрушення: зменшення витрат, поновлення доходів, активізація фінансової діяльності. Забезпечення сталості Селективність балансування на ринку, фінансова економія
Стратегія виживання (оборона)	Критичний аналіз: - продуктів та ринків - фінансового стану	Перебудова маркетингової діяльності: вилучення товару, експансія на основі ринку тощо. Перебудова системи управління Фінансова перебудова

	- управління	
--	--------------	--

. Стратегічне планування є основою стратегічного керування й охоплює:

- суворе формування цілей організації, її структурних підрозділів і особистих цілей кожного члена колективу;
- встановлення головної мети розвитку організації і цілей, що відображають процес її адаптації до навколишнього середовища, тобто ліквідація (пом'якшення) погроз і розвиток можливостей з урахуванням наявного потенціалу чи потенціалу, якого можна досягти;
- оцінку потенціалу організації і можливості його підвищення в перспективі (включаючи кадровий склад і внутрішньорганізаційні відносини);
- оцінку зовнішнього і внутрішнього соціально-економічного середовища, у якому діє організація, його можливих змін і, що впливають з цього, вимог до функціонування і розвитку підприємств;
- організацію і стимулювання діяльності персоналу підприємства для досягнення стратегій;
- основні напрямки, методи й інструменти досягнення поставлених цілей при існуючих можливостях і в ситуаціях, що складаються;
- забезпечення надійної реалізації поставлених цілей і завдань необхідними ресурсами;
- облік, контроль і аналіз досягнення цілей стратегічного планування, їхню оцінку і висновки.

Висновки та пропозиції

Стратегія уявляє собою генеральну програму діяльності підприємства, в основі якої лежить визначення основних довгострокових цілей і задач, напрямлень діяльності, визначення необхідних ресурсів для досягнення поставлених цілей та їх використання. Відмінними рисами стратегічного планування є розробка альтернативних варіантів підприємства і оцінка економічних наслідків реалізації кожного з них.

Необхідність забезпечення умов для досягнення цілей функції діяльності підприємства, викликає необхідність змінення пріоритетів при розробці та обґрунтуванні економічної стратегії розвитку підприємства, що в свою чергу обумовлює зміну технології обґрунтування показників його фінансово-господарської діяльності від прибутку до об'єму діяльності підприємства (товарообігу) і його асортиментної структури. Це відповідає вимогам маркетингового підходу до проблеми регулювання роздрібного товарообігу і дозволяє розробити конкретну стратегію, яка базується на оцінці реальної ситуації на ринку, ресурсних можливостей торгового підприємства. Першочергову увагу при цьому повинно бути приділено збалансуванню товарних ресурсів, роздрібного товарообігу і попиту населення, з одного боку, роздрібного товарообігу і прибутку - з другої.

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И.Ансофф . Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 519 с.
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П.Друкер . Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2000. – 272 с.
3. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф . Пер. с англ. - М.: Экономика, 1991 - 239 с.
4. Крейнер С. Ключевые идеи менеджмента / С.Крейнер . М.: Инфра-М, 2002. – 347 с.

5. Минцберг Г., Куинн Дж. Стратегический процес / Г.Минцберг, Дж.Куинн. Пер. с англ. Под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
6. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність / В.В Пастухова – К. : КНТЕУ, 2002. – 301 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

А. В. Стасюк, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин важливо розуміти, що для того, щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність організації, керівництво повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських.

Актуальною проблемою сучасного менеджменту є саме активізація людських ресурсів для досягнення успіху організації. Кадровий менеджмент належить до вирішальних чинників здатності адаптуватися до ринкового середовища та конкурентоспроможності господарських структур. Управління кадрами – багатогранний і виключно складний процес, що має специфічні особливості та закономірності. Знання їх украй необхідно керівникам і спеціалістам сучасного виробництва, працівникам кадрових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Терміни "менеджмент людських ресурсів" та "кадровий менеджмент" виникли в 60-70-ті роки нинішнього століття. Проблемам кадрового менеджменту присвячено праці вітчизняних та зарубіжних вчених: Т.Ю. Базарова, Т.Питерса, А.П. Бовтрука, А.Я. Кібанова, А.М. Колот, А.І. Кочеткова, Є.В. Маслова, М.Х. Мескона, Ф. Хедоури, В.О. Храмова, Ю.А. Ципкіна, В.И. Шкатулла, Г.В. Щокіна, та інших дослідників.

В дослідженні самих процвітаючих американських компаній, проведеному Пітерсом і Уотерменом, одним з восьми чинників, загальних для всіх компаній, була ідея "підвищення продуктивності через турботу про людей" [7, с. 14]. Ці компанії не розглядають капіталовкладення у виробництво як основне джерело підвищення ефективності. Вони вважають власних співробітників найважливішим чинником, не дивлячись на те, що люди не можуть бути придбані, списані з рахунку або примножені так швидко і просто, як інші активи.

Основний матеріал

Термін "кадровий менеджмент" трактується досить широко, тому будь-яке його визначення буде недостатньо повним. Загалом можна сказати, що це система поточного та перспективного планування, прогнозування, організації та розвитку персоналу з метою створення високопродуктивних і конкурентоспроможних фірм. Іншими словами, кадровий менеджмент – це система планування, організації, мотивації і контролю персоналу, необхідна для формування та досягнення цілей підприємства.

Розробки кадрового менеджменту націлені на те, щоб працівники могли використовувати весь свій потенціал, всі наявні можливості для підвищення продуктивності праці та якості роботи, були зацікавлені в отриманні підприємством максимального прибутку. Тому головне в кадровому менеджменті – вміння працювати з

* Науковий керівник – д. е. н., професор Л. Ц. Масловська

людьми, правильно їх підбирати і оцінювати, домагатися їх зацікавленість у підвищенні свого кваліфікаційного рівня з метою послідовного поліпшення економічних результатів діяльності організації. Вирішити цю задачу - основна мета кадрового менеджменту [8, с. 380].

Кадровий менеджмент слід розглядати як системно організований процес відтворення й ефективного використання персоналу самоврядної організації [3, с. 8].

Менеджмент персоналу організацій також розглядається як одне з найбільш складних і багатопланових завдань, вирішення якого вимагає великих фінансових, організаційних і тимчасових витрат. Це пов'язано з тим, що керувати доводиться не просто колективом працівників, а як правило, колективом інтелектуалів, які мають у більшості своїй вищу освіту і досвід практичної діяльності [5, с. 10].

Спираючись на теоретичні засади кадрового менеджменту, можна визначити, що його процес включає такі функції:

1. Планування - це постановка цілей, розробка правил і послідовності дій, розробка планів і прогнозування деяких можливостей у майбутньому.

2. Організація - це постановка завдань перед кожним підлеглим, поділ на відділи, делегування частини повноважень підлеглим, розробка каналів управління і передачі інформації, координація роботи підлеглих.

3. Керівництво - це вирішення питання про визначення стандарту для необхідних кандидатів, підбір, відбір працівників, встановлення вимог до виконуваної роботи, оцінка виконання робіт, консультування працівників, навчання і розвиток кар'єри працівників.

4. Контроль - це встановлення відхилень від вимог за кількістю і якістю роботи, рівня продуктивності, перевірка відповідності виконуваних робіт встановленим стандартам, нормам.

5. Регулювання - коригування робіт, встановлених вимог у разі необхідності [2, с. 9].

Система кадрового менеджменту має складати єдине ціле з стратегією і організаційною структурою підприємства в цілому (рис. 1)

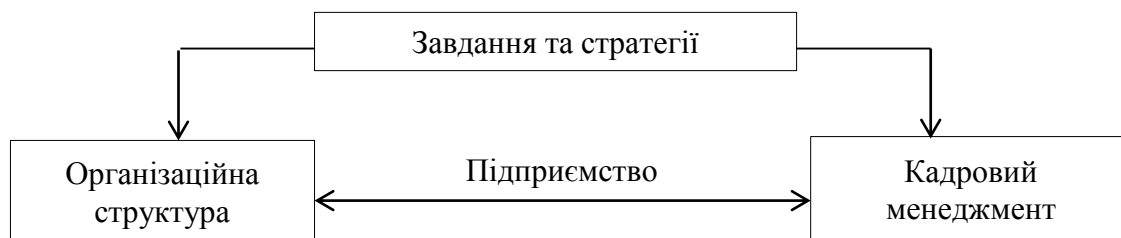


Рис. 1. Вплив стратегії та організаційної структури на формування системи кадрового менеджменту

Складовими етапами формування системи кадрового менеджменту є:

- Розробка внутрішньої кадрової політики підприємства – визначення цілей та завдань, основних напрямів та принципів, форма і методів діяльності організації (формуються об'єкти та структури управління, прогнозується і планується кадрова робота, визначаються кадрові потреби).
- Кадрове планування персоналом - це система комплексних рішень і заходів щодо реалізації цілей підприємства і кожного працівника, яка дозволяє: забезпечити підприємство персоналом відповідно до кількості і вимог робочих місць; підібрати людей, які могли б вирішувати поставлені завдання; забезпечити високий рівень кваліфікації працівників; забезпечити участь працівників у управлінні підприємством [1, с. 189].

- Управління набором (залученням), підбором і відбором персоналу. На даному етапі створюється резерв кандидатів на посади і спеціальності, оцінка кандидатів на робочі місця з наступним доббором найбільш здібних.
- Профорієнтація та адаптація персоналу полягають в оптимальному застосуванні наявних у щойно прийнятого в організацію співробітника кваліфікації, досвіду і його поглядів на умови роботи.
- Оцінка діяльності персоналу та його атестація. На даному етапі кадрового менеджменту виявляється ступінь відповідності якостей працівника, його трудової поведінки, результатів діяльності певним вимогам та визначення ділової кваліфікації працівника, характеристика його здібностей і достоїнств [6, с. 89].
- Управління розвитком і рухом персоналу (навчання, мобільність персоналу, кадровий резерв).
- Мотивація персоналу, тобто спонукання, що призводять людину діяти специфічним, цілеспрямовано. Це внутрішній стан, що визначає поведінку людини [4].
- Управління вивільненням персоналу, що обумовлює комплекс заходів щодо дотримання правових норм і організаційно-психологічної підтримки з боку адміністрації при звільненні працівників підприємства [1, с. 360].
- Управлінням соціальним партнерством в організації, тобто системою заходів, що забезпечує співробітництво найманих працівників з роботодавцями.
- Управління або введення корпоративної культури, як системи загальних цінностей, відносин та орієнтирів стосовно того, що відбувається у фірмі.

Висновки та пропозиції

Головними цілями успішного формування системи кадрового менеджменту повинні бути : забезпечення підприємства працівниками, що відповідають вимогам даного підприємства, їхня професійна і соціальна адаптація, розвиток їх ділових якостей, підвищення кваліфікації, покращення співробітництва та довіри між роботодавцем та працівниками та, найголовніше, ефективне використання персоналу з метою підвищення ефективності діяльності організації та її конкурентоспроможності.

Саме, "підвищення продуктивності через турботу про людей" повинна бути основою кадрової політики підприємства, і саме її не вистачає в наш час в Україні.

Список використаної літератури

- 1). Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
- 2). Виноградський М.Д. Управління персоналом 2-ге видання: навч. посіб. / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
- 3). Данюк В. М. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. – К.: КНЕУ. – 398 с.
- 4). Ілленкова М. А. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс] / М. А. Ілленкова. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/138/9408.html>
- 5). Олійник С. У. Теорія та практика менеджменту персоналу : підручник / С. У. Олійник ; Нар. укр. акад., [каф. економіки підприємства]. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 375 с.
- 6). Хомяк Н. Н. Власний капітал [Електронний ресурс] / Н. Н. Хомяк. – Режим доступу: http://bookdn.com/book_327.html

- 7). Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій: підруч. / Л. Г. Шморгун. – К.: Знання, 2011. – 436 с.
- 8). Щокін Г. В. Основи кадрового менеджменту: підручник / Г. В. Щокін. – К.: МАУП, 1999. – 542с. с.

КОНТЕКСТНА МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Л. В. Сус, аспірантка*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Управлінські рішення держави у сфері сільськогосподарського виробництва, як свідчить вітчизняна практика останніх років, є недостатньо послідовними й ефективними, що в підсумку не дозволяє досягти бажаних фінансово-економічних результатів розвитку галузі, а також задовольнити повною мірою запити суспільства.

Різні сторони державного регулювання розвитку галузі тваринництва є предметом наукових досліджень відомих вітчизняних фахівців. Вагомий внесок в обґрунтування концептуальних засад удосконалення державного регулювання сільського господарства та галузі тваринництва зокрема зробили П. Березівський, П. Гайдуцький, М. Дем'яненко, О. Могильний, Г. Черевко та інші вчені. На сьогодні питання створення дієвого механізму державного регулювання галузі тваринництва в Україні залишається актуальним.

Основний матеріал. Непослідовність дій і безсистемність у запровадженні заходів державного регулювання призвели до значних втрат ресурсів і затримали позитивні соціально-економічні зрушення при реформуванні неефективної системи господарювання. Для подолання негативних тенденцій у розвитку галузі тваринництва належить концептуально визначити основні засади державно-регуляторних відносин у цій сфері, запровадити новий інструментарій впливу та визначити оцінні критерії їх ефективності [2, с. 46].

Поняття «механізм державного регулювання розвитку аграрного сектора економіки» за твердженням Гайдуцького П. І. доцільно розглядати як сукупність видів та способів дій суб'єкта регулювання, який ґрунтуються на базових принципах та реалізації функцій (визначення мети, завдань та моделі розвитку; формування правил «гри»; координування інтересів; стимулювання економічних процесів; моніторинг та аналіз розвитку; контроль), забезпечуючи за допомогою певних форм, методів і засобів ефективне функціонування системи державного регулювання для досягнення визначеної мети та розв'язання протиріч [1].

Для більш повнішого висвітлення концептуальних засад державного регулювання доцільно побудувати контекстну модель (рис. 1). Контекстна діаграма в поєднанні з переліком системних вимог прагне відповісти на запитання «Що робить система?». Контекстна діаграма передбачає наявність таких складових:

робота – функція, яка досліджується. Ми досліджуємо механізм державного регулювання галузі тваринництва України;

* Науковий керівник – к. е. н., професор Д. І. Дема



Рис. 1. Контекстна модель механізму державного регулювання галузі тваринництва

Джерело: власні дослідження

вхід – матеріал або інформація, які використовуються або перетворюються роботою для одержання результату (виходу). В нашому випадку це показники діяльності галузі тваринництва, а саме якісні показники (прибутковість, продуктивність, фондооснащеність тощо) та кількісні показники (поголів'я, валове виробництва, тощо);

управління – правила, стратегії, процедури або стандарти, якими регулюється робота. При державному регулюванні керуються нормативно-правовими документами, що включають акти, постанови, закони, накази;

механізм – ресурси, які виконують роботу: державні органи (КМУ, ВР, Міністерство аграрної політики та продовольства України) та місцеві органи самоврядування (Міська рада, Обласне управління сільського господарства);

вихід – матеріал або інформація, що виробляються роботою. Результатом державного регулювання галузі тваринництва в Україні мають стати ефективні державні програми розвитку галузі, забезпечення продовольчої безпеки країни, створення умов для виробництва високоякісної та конкурентоспроможної продукції тваринництва з обов'язковою умовою дотримання політики протекціонізму - захисту потенційно конкурентоспроможної продукції тваринництва вітчизняного виробництва.

У процесі декомпозиції ми функціональний блок в контекстній діаграмі піддали деталізації, при цьому не втративши цілісності моделі (рис. 2).



Рис. 2 Декомпозиція контекстної моделі механізму державного регулювання галузі тваринництва

Джерело: власні дослідження

Надаючи виняткового значення системному підходу при розробленні державної політики розвитку галузі тваринництва та впровадженні мультифункціонального механізму державного регулювання, нами тваринництво розглядається як система, якій притаманні властивості емерджентності та синергізму. Емерджентність – це поява нових якостей, не властивих елементам, що складають систему, а синергія – це процес, коли об'єднані економічні потенціали двох чи більше систем (підсистем) функціонують більш ефективно, ніж статична

сума потенціалів цих систем [3, с. 20]. Емерджентність більше належить до явищ (об'єднань, союзів і т.д.), а синергія – до процесів, що відбуваються в елементах організацій.

Найяскравішим прикладом досягнення емерджентності та синергізму є об'єднання господарств населення в кооперативи або сільськогосподарських товаровиробників в інноваційні кластери. Наприклад, молочна ферма об'єдналася з науково-дослідним інститутом та молокопереробним заводом в результаті розраховано оптимальні обсяги виробництва молочної ферми для забезпечення максимального використання виробничих потужностей переробного заводу і, як результат, істотно виріс обсяг закупівель молока і обсяг продажів молочної продукції на ринку – це емерджентність. Крім того, залучення у виробництво наукових інновацій по вирощуванню високопродуктивних порід корів, запровадженню збалансованих раціонів, різко підсилив оптимізм у колективі господарства, стимулював впровадження нових технологій і, як наслідок, істотно підвищилася продуктивність корів, продуктивність праці, якість продукції та ефективність виробництва в цілому це – синергія.

Ще одним прикладом досягнення синергетичного ефекту в державному регулюванні галузі тваринництва є впровадження дієвого механізму державного регулювання по розробці експортного потенціалу та ширше залучення сільськогосподарських підприємств до експортної діяльності. Цим самим буде вирішено низку проблем: зростання обсягу інвестицій, покращення якості продукції, зокрема забезпечення її екологічної безпеки, підвищення конкурентоспроможності галузі, покращання рівня та якості життя населення та ін.

Отже, за допомогою інструментарію програми BPwin 4.1 нами створена IDEF0 модель, яка передбачає наявність чітко сформульованої мети єдиного суб'єкта моделювання. А саме, кінцевою ціллю державного регулювання галузі тваринництва має бути забезпечення продовольчої безпеки та створення умов для виробництва конкурентоспроможної продукції тваринництва. Авторське бачення проблеми дає можливість визначитися з відповідями на питання, як зміняться вихідні параметри (продовольча безпека, конкурентоспроможність продукції) при зміні інструментів державного регулювання та як повинен взаємодіяти інструментарій в межах заданих обмежень на вході, щоб забезпечити ефективні показники на виході.

Список використаних джерел

1. Аграрна реформа в Україні / П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко та ін.; за ред. П. І. Гайдуцького. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.
2. Могильний О. М. Регулювання аграрної сфери / О. М. Могильний. – Ужгород: ІВА, 2005. – 400 с.
3. Ходаківський Є. І. Методологія наукових досліджень у парадигмі синергетики : монографія / Є. І. Ходаківський, В. К. Данилко, Ю. С. Цаль-Цалко // Вісник ЖДТУ та Житомирського державного технологічного університету, Житомирського обласного об'єднання громадської організації «Спілка економістів України». – Житомир : Вид-во «Рута», 2009. – 332 с.

БРАЗИЛІЯ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ: ЕКОНОМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ДОСЯГНЕННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Т. А. Джуль, студентка*

* Науковий керівник – к. е. н., доцент В. С. Теленчук

Постановка проблеми. Бразилія займає на міжнародній арені особливе місце. Ця країна за своїм людськими і природними ресурсами, за рівнем і темпами розвитку економіки, науки і техніки постає в якості однієї з провідних держав нової світової системи, що складається в ХХІ ст. Саме економічні, соціальні та політичні зміни, що забезпечили підйом і модернізацію країни, зробили можливим її активну участь у створенні сучасної архітектури міжнародних економічних і фінансових відносин.

Тема становлення Бразилії, її шляху до процвітання є актуальною на сьогоднішній день, оскільки, я вважаю, що Україні необхідно використати досвід країн, які змогли вибратися з глибокої кризи, знайти шляхи розвитку та збагачення, а також зрозуміти, що немає безвихідних ситуацій, і що будь-яку систему, чи то політичну, чи то економічну, можна продуктивно налагодити.

Аналіз останніх досліджень. В основу даної роботи було покладено праці вчених, журналістів та науковців, а саме: Еріха Фоллата, Єнса Глюзіна, Артема Чапая, Олексія Гнатюка, Ніколаса Леманна.

Виклад основного матеріалу. Бразилія — найбільша за територією та населенням країна Латинської Америки. Її населення — 206 млн. чол. Національна економіка оцінюється в 450 млрд. дол. За обсягом ВВП Бразилія входить у першу десятку країн світу. [3]

Бразилію давно вважають країною з великим потенціалом — але приреченою назавжди знемагати від цього почуття можливості, тому що хаотичні уряди країни, здавалося, ніколи не зможуть діяти послідовно. Але тепер ціла країна перебуває на підйомі. Найбільша країна у Південній Америці є однією з так званих держав БРІКУ — Бразилія, Росія, Індія та Китай — які згрупували до купи, вважаючи регіонами зростання з особливим економічним потенціалом. І багато хто вважає, що Бразилія вже перебуває на шляху до того, щоб стати світовою потугою.

«Бразилія, будучи однією з найбільших економічних потуг у світі, досягла рідкісної трифекти: високе зростання, політична свобода та зменшення нерівності.» - Ніколас Леманн, експерт з глобалізації, про "бразильське чудо" у журналі New Yorker. Перший чинник — зростання — різко відрізняє її від США та Європи, другий — свобода — від Китаю, а третій — зменшення нерівності — від практично всіх країн на карті світу.

У 1993 році Фернанду Енріке Кардозу, тодішній міністр фінансів, зібрав найрозумніших людей країни. Він створив нову валюту, сучасний реал, реструктуризував закордонний кредит і зняв тарифні бар'єри. Деякі захищені галузі промисловості не пережили цих різких змін, але новий підхід призвів до повернення впевненості, й рівень споживання почав зростати.

Справжні зміни у Бразилії почали відбуватися, коли президент Луїс Інасіу Лула да Сільва відмовився виконувати рекомендації МВФ і Світового банку. Він зміг досягти рівномірного розподілу багатства. та полегшити відчайдушне становище малозабезпечених за допомогою таких соціальних програм, як «Нульовий голод», «Мій дім, Моє життя», «Сімейний кошик» та «Бразилія без бідності». Понад 20 мільйонів людей за його президентства здійснили стрибок із нижчого в середній клас, а відсоток бразильців, що живуть в абсолютній бідності, зменшився на 50 відсотків.

Наступниця Лули - Ділма Руссефф, швидко викоренила найменші натяки на корупцію, звільнивши за перший рік роботи сімох міністрів. На відміну від Республіканців у США чи багатьох європейських неолібералів, Руссефф вірить в урядове втручання, активну індустріальну політику та податки, які використовуються з розумом і за потреби збільшуються.

Незважаючи на безжальне втручання, регулювання й оподаткування з боку уряду, підприємствам Бразилії нема на що скаржитися. Основні корпорації країни стали одними з найважливіших сільськогосподарських виробників у світі. [1]

У Бразилії сільське господарство — традиційна, а тому одна з найбільш розвинутих галузей економіки. У сільськогосподарських галузях економіки Бразилії

зайнято близько 30% економічно активного населення країни – це складає більше 20 мільйонів чоловік. Багато сільськогосподарських культур, вироблених у Бразилії, мають за кордоном великі ринки збуту. Інші, головним чином, вирощуються для внутрішнього споживання. В останні десятиліття в країні активно проводиться державна підтримка сільського господарства, тому його найстаріші галузі відповідають на всі сучасні запити від національного господарства.

Сільське господарство Бразилії може задовольняти основні потреби населення в продуктах харчування. Бразилія - важливий постачальник на світовий ринок кави (1-е місце), какао (5-е місце), цукрової тростини (2-е місце), бавовни, тютюну (3-є місце), апельсинів (1-е місце), бананів (2-е місце).

У структурі сільського господарства переважає рослинництво (2/3 вартості сільськогосподарської продукції). Серед посівних площ домінують продовольчі культури - кукурудза, рис, пшениця, квасоля і маніок. Переважна зернова культура - кукурудза.

На тваринництво припадає третина вартості сільськогосподарської продукції. Провідні галузі — розведення ВРХ, свинарство і вівчарство. У країні переважає екстенсивно-пасовищне м'ясне скотарство. Бразилія має друге за кількістю голів ВРХ і коней стадо в світі. На півдні Бразилії розвивається вівчарство м'ясо-шерстяного напрямку. Головна продукція його експорту - шерсть. [2]

За допомогою фінансових заохочень і пільгового кредитування Федеральний уряд сприяв розвитку ефективного сільського господарства. Крім того, було докладено зусиль для контролю над міграцією сільського населення в міські зони: на сільську місцевість поширювалися пільги, приймалися раціональні плани аграрній реформі, стимулювалися дрібні, досі не вигідні, сільськогосподарські виробництва та, загалом, поліпшувалося якість життя жителів у районах, віддалених від великих центрів.

Нині у Бразилії заохочується використання нових технологій та новітніх матеріалів. Субсидії у сільськогосподарське виробництво стимулювали зростання попиту на сільськогосподарське обладнання та інвентар, що, в свою чергу, сприяло підвищенню зайнятості в цій сфері виробництва. Окрім того, кредит надається за умови дотримання «сільськогосподарського пакету», який складався з певного насіннєвого матеріалу та хімічних засобів. [3]

Висновки і пропозиції. Взірцева країна Південної Америки, поза всяким сумнівом, є однією з найбільших історій успіху глобалізації – й після фінансової кризи 2008 року вона стала сильнішою, ніж раніше. Та все ж економіка все ще має серйозні проблеми, тож реформи поки необхідні. Внаслідок гнучкої та ефективної державної сільськогосподарської політики відбулося зростання виробництва якісної, конкурентоспроможної продукції, частка якої в загальному експорті держави поступово зростає. На сьогодні, країна належить до економік світу, які найдинамічніше розвиваються, входить до числа провідних держав за показниками розвитку аграрного сектора.

Список використаної літератури

1. Еріх Фоллат. Як якісне управління зробило колись відсталу Бразилію взірцевою країною / Еріх Фоллат // Шпігель [Електроний ресурс]. - Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/39611/Jak_jakisne_upravlinna_zrobylo_kolys_vids_talu_Brazyliju
2. О.С. Гнатюк. Сільське, лісове та рибне господарство Бразилії / О.С. Гнатюк. // Geograf. com.ua [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/brazil/664-brazil-agriculture>
3. В.П. Газін. Новітня історія країн Європи та Америки: навч. посібник / В.П. Газін. -.- К.: Либідь, 2004.- 624 с

ДОСВІД ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІЗРАЇЛЮ

І. О. Зьолко, студент*

Постановка проблеми. Ізраїль — одна з найбільш динамічних країн у розвитку інновацій. Корнельський університет, європейська школа-бізнесу INSEAD і Всесвітня організація інтелектуальної власності опублікували щорічний Глобальний інноваційний рейтинг. Ізраїль в черговий раз підтвердив своє лідерство в близькосхідному регіоні і зайняв 14 місце в загальному списку. При складанні рейтингу враховуються близько 80 різних змінних, зведених у сім категорій, п'ять з яких пов'язані з інвестиціями в інновації та два - з отриманням вигоди від впровадження нових технологій. Ізраїль отримав загальну оцінку 56 балів, поліпшивши торішній показник на 2 бали, що дозволило Ізраїлю піднятися з 20-ї на 19-й рядок.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В основу даної роботи було покладено праці вчених, журналістів та науковців, а саме: Сергія Долмова, Миколи Сірука, Еліава Білоцерківського, Віктора Радучького, Пінхаса Полонського та ін.

Виклад основного матеріалу. Ізраїль – найбільш інноваційна країна у світі, що залучив удвічі більше інвестицій венчурного капіталу, ніж США, і в 30 разів більше, ніж усі країни ЄС. Із цього приводу голова правління Google Ерік Шмідт під час візиту в Ізраїль у червні минулого року зазначив: «Як для малої країни Ізраїль матиме великий вплив на еволюцію наступного етапу технології, яку ми використовуємо».

Для початку — трохи історії. В кінці 19 століття на пустельну територію колишньої біблійної держави Ізраїль приїхали ідеалісти-євреї. Серед переселенців було чимало жителів України та Польщі. Вони заснували «кибутси» — сільськогосподарські поселення. Переселенці не мали досвіду в обробці пустельної землі, тому звернулися до європейських експертів. Так почався шлях Ізраїлю до інновацій. У 1947 році ООН визнала існування держави Ізраїль. З тих пір близько 20% бюджету йде на оборону.

У чому ж секрет успіху Ізраїлю в інноваційній сфері?

1. Освіта. В Ізраїлі переконані, що люди — це ресурс, тому всіляко заохочується розвиток талантів, які в майбутньому можуть послужити на благо державі. Ізраїль має одну з найтриваліших у світі систем освіти, разом з Японією поділяючи за цим показником друге після Південної Кореї місце в Азії. Також, згідно з даними ЮНЕСКО, Ізраїль має найвищий рівень письменності в Південно-Західній Азії. Згідно із законом про освіту, ухваленим 1953 року, школи в Ізраїлі поділяються на кілька типів: державні (світські), арабські, державно-релігійні та незалежні, багато з незалежних шкіл є «невизнаними» міністерством освіти. Державні світські школи є найбільшою групою шкіл і відвідуються більшістю єврейських і неарабських учнів в Ізраїлі. Освіта в Ізраїлі обов'язково для дітей від 5 до 18 років. Шкільна освіта розділена на три ступені: початкова школа (1-6 класи), середня школа (7-9 класи), вища школа (10-12 класи). Переважна більшість вищих навчальних закладів спонсоруються державою, що значно зменшує вартість освіти. Всього в Ізраїлі вісім університетів:

- Єрусалимський єврейський університет — найстаріший та найпрестижніший в країні;
- Тель-Авівський університет;
- Техніон — один з найвідоміших у світі технічних Вузів;
- Інститут Вейцмана;

* Науковий керівник – к. е. н., доцент В. С. Теленчук

- Університет Бар-Ілана;
- Хайфський університет — власник найбільшої бібліотеки на Близькому Сході;
- Університет Бен-Гуріона.

Решта суто ізраїльських вищих навчальних закладів називається коледжами, серед яких як регіональні, тобто філії університетів, так й незалежні. Ізраїль займає одне з перших місць у світі за числом жителів, що мають вищу освіту (20% населення). Позитивно на цей показник впливає не тільки ізраїльська освіта, але й приток іммігрантів з колишнього СРСР, 40% яких мали диплом про закінчення вищого навчального закладу.

2. Уряд. Держава активно підтримує інновації в різних сферах.

У Ізраїлі замість єдиної конституції діє зведення основних законів. Починаючи з 1958 року було прийнято 14 таких актів, 11 з яких залишаються в силі. Серед них закон про кнесет (1958), про уряд (2001), про армію (1976), про столицю Ізраїлю Єрусалим (1980), про свободу і гідність людини (1992).

Держава Ізраїль — парламентська республіка. Вищим законодавчим органом є однопалатний парламент — кнесет (з іврит — «збори»), який складається з 120 депутатів. Президент не може бути переобраним на другий термін (до 2000 року президент міг бути обраним на два п'ятирічних терміни). Він має чисто представницькі функції, на кшталт функцій конституційного монарха. З 2007 року президентом Ізраїлю є Шимон Перес. 2014 президентом Ізраїлю був обраний Рувен Рівлін.

Уряд Ізраїлю представлений кабінетом міністрів. Він є центральним виконавчим органом в системі державної влади, а його глава — прем'єр-міністр — фактично головною посадовою особою країни, яка визначає внутрішню та зовнішню політику. Формально уряд відповідальний перед кнесетом. Уряд приступає до виконання своїх обов'язків після того, як його глава викладе в кнесеті програму діяльності уряду і оголосить про його склад, а парламент зі свого боку висловить уряду вотум довіри. Прем'єр-міністром Ізраїлю є Біньямін Нетаньягу.

3. Підприємництво. Знайомство зі стартапами починається вже зі шкільної лави. І, з іншого боку, характерна лояльність до невдач. Провал стартапу розглядається як ще один етап на шляху до успіху. Стартап (англ. *startup*), стартап-компанія — нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але серйозно планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або ледве почала на нього виходити і що володіє обмеженим набором ресурсів. На сьогоднішній день Ізраїль — один з найбільш динамічних стартап-хабів на планеті. У минулому році ізраїльські стартап-компанії встановили рекорд залучення коштів, мобілізувавши \$3,4 млрд, що на 46% перевищує показники 2013 року, Хорошу динаміку мобілізації капіталу демонструють і ізраїльські венчурні фонди: 12 фондів залучили \$914 млн — на 68% вище порівняно з 2013 роком, коли 11 фондів освоїли \$544 млн. Все це говорить про те, що рівень довіри до ізраїльського стартап-ринку безпрецедентно високий. Звичайно, Ізраїль і раніше не відчував нестачі в кредит довіри, особливо після того, як за країною закріпився бренд «Startup Nation» (після виходу однойменної книги). Але 2014 рік став переломним — ринок ступив на новий рівень розвитку.

4. Армія. Ізраїль є однією з найбільш милітаризованих держав світу, що пояснюється його геополітичним становищем. Армія оборони Ізраїля (ЦАГАЛ) комплектується на основі загального військового призову (до війська мобілізуються усі чоловіки та жінки, що досягли 18-ти річного віку та визнані придатними до несення служби). Армія налічує 176 500 активних військовослужбовців та 445 000 резервістів. Армія оборони Ізраїлю складається з Сухопутних військ, Військово-повітряних та Військово-морських сил.

5.Зв'язок між університетом і промисловістю (професор університету може бути власником великої успішної компанії, а університет можлива робити розробки за замовленням компанії)

Ізраїль вважається однією з найрозвиненіших країн південно-західної Азії. Країна займає перше місце в рейтингу Всесвітнього банку «Легкість ведення бізнесу» та в рейтингу Всесвітнього економічного форуму «Світова конкурентоздатність». В рейтингу «Найкращі країни для ведення бізнесу» журналу Forbes Ізраїль займає 16 місце у світі. Ізраїль займає 2 місце у світі після США за кількістю новоутворених компаній та має найбільше представництв у списку компаній NASDAQ за межами Північної Америки.

Висновки і пропозиції. Аналітики відзначають, що в поточному році спостерігається збільшення припливу венчурного капіталу в економіку Ізраїлю. Слід зазначити, що торішня активність міжнародного венчурного капіталу забезпечила початкові умови для хвилі злиттів і поглинань, спрямованої на перспективні ізраїльські компанії. Щодо соціальної сфери Ізраїлю, то вона розвивається в позитивному руслі. Але негативним є те, що збільшується розрив між бідними і багатими. Позитивним є виникнення класу дуже багатих людей, що концентрують в своїх руках бізнес Ізраїлю, тим самим зменшуючи його залежність від іноземців. Особливістю Ізраїлю, як країни, привабливої для туризму, є той факт, що, незважаючи на все історичне багатство, Ізраїль - зростає і розвивається.

Список використаної літератури

1. Дубинський А. Економіка Ізраїлю 1992-2002 // Погляд на Ізраїль. - 2003. - №8. - С. 10-14.
2. Розвиток інновацій в умовах кризи — досвід Ізраїлю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/razvitie-innovaciy-v-usloviyakh-krizisa.html>
3. Израиль: наука и технологии. Как его достижения оценивают в мире [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rubezh.eu/Zeitung/2013/11/13.htm>
4. О деятельности и передовом опыте Израиля по обеспечению устойчивого развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kazakhemb.org.il/?CategoryID=228&ArticleID=1231>

ПЕРСПЕКТИВИ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ХХІ СТОЛІТТЯ

С. М. Куцков, студент*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин важливе значення має те, за яких умов здійснюються міжнародні торговельні операції те, наскільки вони доступні, вигідні і безпечні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням міжнародної торгівлі займаються такі українські вчені та економісти: Р.О. Заблоцька, Є. О. Канищенко, Є.Ф.Ростов, М.А. Дудченко, М.М. Кирієнко та ін.

* Науковий керівник – к. е. н., доцент В. С. Теленчук

Виклад основного матеріалу. Світова торгівля вважається однією з перших форм міжнародних економічних відносин.

Світова торгівля (world trade, international trade, world commerce) — процес купівлі та продажу, який здійснюється між продавцями, покупцями та посередниками в різних країнах. Це сфера міжнародних товарно-грошових відносин, яка охоплює сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу, тобто складається з їх експорту та імпорту товарів (матеріальних цінностей) та послуг.

Таким чином, предметом світової торгівлі виступають різноманітні товари та послуги, а її суб'єкти функціонують у різних країнах. Ними можуть виступати держави, юридичні та фізичні особи, міждержавні та міжнародні організації.

Поряд із поняттям світової торгівлі існує термін зовнішня торгівля — це торгівля між країнами, яка складається з вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів та послуг, тобто, це торгівля будь-якої країни з іншими країнами.

Світова торгівля є основною формою сучасних міжнародних економічних відносин, хоча деякі економісти вважають, що сьогодні вона відходить на другий план, поступаючись міжнародній виробничій діяльності та експорту капіталу. Разом із тим, сьогодні активна участь країни у світовій торгівлі може надавати їй значних переваг, зокрема, дозволяє ефективніше використовувати наявні в країні ресурси, долучатися до світових досягнень науки й техніки, у більш стислі терміни здійснювати структурну перебудову своєї економіки, а також повніше і різноманітніше задовольняти потреби населення.

Згідно з різноманітними дослідженнями, вважається, що, якщо обсяг зовнішньої торгівлі складає понад 500 дол. США на одну особу, то зовнішня торгівля починає набувати провідного значення для розвитку національного виробництва.

Економічний успіх будь-якої країни світу базується на зовнішній торгівлі.

Важливим напрямом розвитку України є її ефективна інтеграція до світового економічного простору. Від успіху зовнішньоекономічної діяльності України залежить її дальший економічний і соціальний розвиток як підсистеми світової економіки, що і визначає актуальність нашої теми. При цьому дедалі динамічніше в останні два десятиріччя розширюється обмін між країнами в науково-технічній сфері, зростає торгівля традиційними (транспорт, страхування, туризм тощо) та новими (збір, збереження та передача інформації, довготермінова оренда обладнання, консультаційні послуги тощо) послугами, які, своєю чергою, складають сферу "невидимої" торгівлі, що швидко розвивається. Ця сфера потребує оновлення торговельно-політичного інструментарію, тому що митні засоби регулювання стають дедалі менш ефективними, постійно поступаючись системі нетарифних бар'єрів.

Експорт України є типовим для індустріально-аграрної країни. Так, у галузевому аспекті переважна частина експорту припадає на лімітовану кількість галузей — металургійну та металообробну промисловість, машинобудування, хімічну і нафтохімічну промисловість, а також на агропромисловий комплекс. Отож, перспективна модель національної спеціалізації повинна враховувати завдання соціального поступу за умов технологічного прогресу, той науково-технічний потенціал, що його створено в Україні, а також інтелектуальні, творчі можливості людей.

Вирішальними умовами розширення участі України в системі міжнародних економічних відносин є рівень і динаміка руху національної економіки, ступінь її відкритості, а також розвиненість і структура зовнішньоекономічних контактів, здатність відповідати постійно мінливим умовам міжнародного господарського життя.

Отже, зважаючи на те, що, перспективи розвитку зовнішньої торгівлі в Україні є, пріоритетами в посткризовий період мають бути насамперед активний розвиток експорту, зокрема збільшення експортних послуг та розвиток транскордонного співробітництва. Реалізація цих завдань дасть змогу Україні посісти гідне місце на

світових ринках та забезпечити реалізацію своїх інтеграційних намірів до світової економіки.

На сучасному етапі визначились тенденції у розвитку світової торгівлі. Обсяг зовнішньої торгівлі зростає значно швидше від національного виробництва. Зменшується частка сировини і збільшується частка продукції обробляючих галузей у торговельному балансі. Зростає торгівля наукоємними товарами. Посилюється спеціалізація держав із виробництва деталей тощо, і обмін ними на світовому ринку.

Посилення ролі Китаю на світовій економічній та політичній арені є наслідком комплексу внутрішніх і зовнішніх процесів, що відбуваються як безпосередньо в Китаї, так і в світовому економічному просторі. Динамічне і інтенсивне зростання китайської економіки, на тлі періодичного уповільнення і зниження темпів економічного розвитку провідних світових економік, зумовлює геополітичні та геоekonomічні зміни, які відбуваються у світовому співтоваристві протягом останнього десятиліття.

Поштовхом посилення зазначених тенденцій стала світова фінансово-промислова криза 2007-2008 рр., коли практично всі країни з розвинутою економікою зіткнулися з гострою необхідністю оздоровлення банківської системи і державних фінансів. У той же час Китай, завдяки колосальним державним інвестиціям та значним масштабам внутрішнього ринку, відносно швидко подолав наслідки кризи і продовжив нарощувати економічну і фінансову міць. За підсумками 2010 року Китай за обсягами економіки вийшов на друге місце в світі, при цьому за обсягом міжнародних резервів Центрального банку Китай впевнено утримує світове лідерство. За різними оцінками, до 2030 р. Китай може обійти США і стати першим. В даний час Китай також є одним з джерел зростання світової економіки. У 2011 році на частку КНР прийшлося 22 % приросту світової економіки і більше 9 % - розвитку світової торгівлі [1, с. 150-153].

Для аналізу стрімкого економічного розвитку Китаю та його потенціалу глобального економічного лідера, в першу чергу, необхідно розглянути динаміку зростання та структуру валового внутрішнього продукту (ВВП). Середнє зростання ВВП в період з 1992 до 2012 року складало в середньому 10 % в рік. Незважаючи на незначний спад після кризи, темпи зростання ВВП Китаю помітно випереджали темпи економічного зростання в провідних країнах та регіонах світу. Структура ВВП за окремими секторами підтверджує спрямованість політики розвитку в КНР: найбільша частка припадає на промисловість, частка якої у 2013 році становила 46,8 %, сфера послуг - 43,6 %, а сільське господарство – 9,6 %. Такі дані є типовими для молоді індустріальної економіки, яка стрімко розвивається [1].

В оцінці можливостей глобального економічного лідерства Китаю в світовій економіці існує дві головних точки зору аналітиків. Одні малюють апокаліптичні картини – пророкуючи недовговічність "китайської моделі" економіки, оскільки економічне зростання неодмінно припиниться, питання лише в часі. На їх думку вже до кінця 2018 році, китайська економіка істотно уповільнить зростання, існує навіть небезпека краху, оскільки Китай виробляє більше, ніж вимагає попит. Інші експерти вважають, що якщо говорити про тренд довгострокового економічного розвитку, то він позитивний, хоч би тому, що країна, що переходить із стану аграрної в стан урбанізованої, приречена на зростання, подальший успішний розвиток та домінування у світовій економіці.

Прихильники песимістичного прогнозу наголошують на цілий перелік проблем в китайській економіці, що можуть стати на шляху Китаю до глобального лідерства. В першу чергу, це високий рівень заощаджень населення, який становить 30-35 % доходів. Це пояснюється тим, що соціальний захист, включаючи пенсійне забезпечення та систему охорони здоров'я, недостатньо розвинений і китайські родини змушені відкладати на оплату навчання дітей, комунальних послуг, лікування, пенсію тощо. [3, с. 43]. Якщо в найближчі роки не почнеться суттєве зростання споживчих витрат, виникне серйозна проблема використання надлишку виробничих потужностей. Ще

одним чинником, який може перешкодити перетворенню Китаю у світового економічного лідера, є низька продуктивність економіки. Продуктивність китайської робочої сили складає лише 12 % від аналогічного показника американських працівників [3, с. 19].

Відповідно до більш оптимістичного прогнозу попри труднощі та проблеми в китайській економіці, феномен економічного зростання Китаю не втратив своєї потенційної енергії і продовжується. Маючи значні валютні резерви, торговельний профіцит, інвестиції, Китай має необхідні ресурси щоб продовжити шлях економічного розвитку. Колосальний потенціал, що був сформований в докризовий період, дає змогу мінімізувати глобальні виклики та ризики сьогодення.

Аналіз географічної структури світової торгівлі свідчить про домінуючу роль країн із розвинутою ринковою економікою у зовнішньоторгових операціях та посилення взаємної торгівлі між ними. Так, на початку третього тисячоліття на них припадає близько 70% світового експорту. Основні товаропотоки здійснюються в рамках «великої тріади»: США - Західна Європа - Японія. Слід зауважити, що на окремих етапах розвитку співвідношення сил між членами тріади змінювалось. В 2012 р. на США припадало 8,9% світового товарного експорту та 16,1% - імпорту, на країни Західної Європи - понад 45,2% та 44,8%, Японію - 6,2% та 4,8%, відповідно.

Транснаціоналізація пов'язана з активною діяльністю транснаціональних корпорацій на світовому ринку. Транснаціональні корпорації стали невід'ємною рисою ХХІ століття, важливим елементом світового господарства. Сьогодні у світі функціонують 62 тис. ТНК, які мають майже 930 тис. підконтрольних підприємств. Щорічний обіг останніх складає понад 10 трлн. дол. [2, с. 19].

Посилення міждержавного регулювання міжнародної торгівлі, перш за все, в рамках ГАТТ/СОР спрямоване на лібералізацію торгівлі між країнами. За вісім раундів переговорів, що відбулися в межах ГАТТ, країни-учасники зменшили розмір мита в середньому на 70-80%. До ГАТТ/СОР приєдналися деякі країни, що розвиваються.

Висновки та пропозиції.

На думку вчених, у подальшому розвиток світової торгівлі багато в чому залежатиме від досягнень у галузі біотехнології, космічної індустрії, розвитку інформаційних технологій та штучного інтелекту. Вже сьогодні технічний прогрес дав можливість різко скоротити транспортні та комунікаційні витрати, значно знизити витрати на обробку, збереження та використання інформації, що стимулює справжній бум міжнародної торгівлі інформаційними та іншими товарами та послугами і навіть зменшує ціни на них. Так, сучасний комп'ютер вартістю в 2 тис. дол. у багато разів потужніший, ніж комп'ютер вартістю в 10 тис. дол. десять років тому [1, с. 164-166].

Список використаних джерел

1. Дин Жуджунь, Ковалев М. М., Новик В. В. Феномен экономического развития Китая: Научное издание. Мн.: Издательский центр БГУ, 2012. – 446с.
2. Міжнародна економіка : Підручник/ Григорій Климко, Віра Рокоча,; Ред. Анатолій Румянцев,; Київський нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. -К.: Знання-Прес, 2010. - 447 с.
3. Національне Бюро Статистики Китаю [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.stats.gov.cn/english/>

ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Постановка проблеми. Без мотивованих і кваліфікованих співробітників жодна організація не в змозі створити добре працюючі системи виробництва, продажу, фінансів або бухгалтерського обліку. Управління персоналом особливо важлива сфера діяльності у сучасних умовах конкуренції і стрімкого науково-технічного прогресу, коли продукти, технології, операційні методи, і, навіть, організаційні структури старіють з нечуваною швидкістю, а знання та навички співробітників стають головним джерелом тривалого розквіту будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам менеджменту персоналу присвячено безліч праць вітчизняних та зарубіжних вчених: Т. Ю. Базаров, А. П. Бовтрук, А. Я. Кібанов, А. М. Колот, А. І. Кочетков, Є. В. Маслов, М. Х. Мескон, Ю. А. Ципкін, Г. В. Щокін та інших дослідників. Ринкові перетворення в Україні викликали об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретичних і методико-прикладних засад утворення і функціонування діючих систем управління персоналом з урахуванням особливостей розвитку сільського господарства, стану та динаміки ринку праці на Україні, що і обумовлює актуальність теми та доцільність проведення досліджень.

Об'єктом досліджень є механізм управління персоналом аграрних підприємств в умовах посилення конкуренції на ринку праці.

Основний матеріал. Управління персоналом сьогодні набуває дедалі більшого значення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його стратегії розвитку. Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні – як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані – як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці.

Управління підприємством є вихідною передумовою для управління його персоналом. Ефективне управління підприємством – це таке управління, що спирається на людський потенціал як основу підприємства, гнучко реагує на виклики з боку зовнішнього оточення, проводить своєчасні зміни на підприємстві, які дозволяють домагатися конкурентних переваг, орієнтуючись у своїй діяльності на потреби покупців, що в сукупності дає можливість підприємству виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей.

За думкою більшості науковців основні принципи управління персоналом підприємства тотожні загальним принципам управління підприємства це – довгостроковість оцінюваних перспектив і прийнятих рішень; спрямованість управлінських впливів на зміну потенціалу об'єкта управління (виробництва продукції, послуги, технології, персоналу й т.д.) і створення можливостей більш ефективної реалізації даного потенціалу; першочерговий облік при розробці й прийнятті управлінських рішень стану й можливих змін зовнішнього середовища; альтернативність вибору управлінських рішень залежно від стану внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства; здійснення постійного контролю за станом і

* Науковий керівник – к. е. н., професор В. П. Якобчук

динамікою зовнішнього середовища й своєчасного внесення змін в управлінські рішення [1, с. 145]. Таким чином, управління персоналом – це управління формуванням конкурентоспроможного трудового потенціалу підприємства з обліком змін, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі, і що дозволяє підприємству виживати, розвиватися й досягати своїх цілей у довгостроковій перспективі.

Метою управління персоналом є забезпечення скоординованого й адекватного стану зовнішнього й внутрішнього середовища формування трудового потенціалу підприємства з розрахунком на майбутнє. В умовах посилення конкуренції на більшості аграрних ринків під конкурентоспроможним трудовим потенціалом аграрного підприємства варто розуміти здатність його працівників витримувати конкуренцію в порівнянні із працівниками (і їхнім трудовим потенціалом) аналогічних підприємств. Конкурентоспроможність забезпечується за рахунок високого рівня професіоналізму й компетентності, особистісних якостей, інноваційного й мотиваційного потенціалу працівників.

Посилення кризових явищ в аграрному секторі економіки вимагає від підприємств при формуванні механізму управління персоналом вирішувати ряд важливих завдань: забезпечення підприємства необхідним трудовим потенціалом відповідно до його стратегії; формування внутрішнього середовища підприємства таким чином, що внутрішня організаційна культура, ціннісні орієнтації, пріоритети в потребах створюють умови й стимулюють відтворення й реалізацію трудового потенціалу; виходячи з установок управління й сформованих ним кінцевих продуктів діяльності можна вирішувати проблеми, пов'язані з функціональними організаційними структурами управління, у тому числі управління персоналом. Методи управління дозволяють розвивати й підтримувати гнучкість оргструктур; можливість вирішення протиріч у питаннях централізації – децентралізації управління персоналом [2, с. 76].

Ми вважаємо, що кінцевим результатом управління підприємством в цілому є посилення всіх складових потенціалу (який включає виробничі, інноваційні, ресурсні, людську складові), але для досягнення стратегічних цілей підприємства в майбутньому, центральне місце в механізмі управління повинно приділятися кадровому потенціалу і, зокрема, підвищенню рівня його компетентності. Компетентність персоналу підприємства являє собою сукупність знань, навичок, досвіду, володіння способами й прийомami роботи, які є достатніми для ефективного виконання посадових обов'язків.

При формуванні механізму управління персоналом потрібно враховувати, що процес управління носить двоїстий характер. З одного боку, воно є одним з функціональних напрямків у рамках управління підприємством (поряд з маркетингом, інвестиціями й ін.), з іншого боку – воно реалізується за допомогою конкретних функцій управління персоналом, спрямованих на виконання стратегії управління персоналом, і із цього погляду є функціональною підсистемою системи управління персоналом. Досвід реформування аграрного сектору економіки України свідчить, що сучасні українські підприємства зіштовхнулись з необхідністю модернізації систем управління персоналом, це стосується й стратегічного управління персоналом, тобто необхідністю розробки концепції управління персоналом.

Науковці вважають, що концепція системи управління персоналом – це система теоретико-методологічних поглядів на розуміння і визначення сутності, змісту, цілей, завдань, критеріїв, принципів і методів управління персоналом, а також організаційно-практичних підходів до формування механізму її реалізації в конкретних умовах функціонування підприємств [3, с. 138]. Зміни в організаційній культурі аграрних підприємств доводять, що основою концепції управління персоналом підприємства агросектору в даний час повинна складати зростаюча роль особистості працівника, його інтелект, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед підприємством.

На наше переконання, механізм управління персоналом аграрних підприємств, повинен формуватись під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та викристалізації власного досвіду і включати: аналіз та планування персоналу; підбір та наймання персоналу; оцінювання персоналу: персональну оцінку рівня знань, умінь, майстерності та особистісної відповідальності; оцінку виконуваної роботи та її результатів; організацію навчання та підвищення кваліфікації персоналу; атестацію і ротацію кадрів; управління оплатою праці; мотивацію персоналу; облік співробітників підприємства; організацію трудових відносин на підприємстві; створення умов праці; соціальний розвиток та соціальне партнерство; кадрову безпеку; правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом [3, с. 139].

Успіх управління персоналом визначається двома основними чинниками: здатністю підприємства чітко визначити, яка поведінка працівників потрібна для досягнення його стратегії і можливістю застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку. Обидва завдання однаково важливі й складні, особливо в умовах ринкової трансформації економіки.

Висновки та пропозиції. Таким чином, людським ресурсам підприємства, на відміну від інших видів ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних), властиві довгостроковий характер використання й можливість трансформацій у процесі управління ними. Вони піддаються зношуванню, тому їх необхідно відновлювати й відтворювати, а його придбання й підтримка в працездатному стані вимагають великих капітальних вкладень. Із цього випливає, що використання й відтворення персоналу носить інвестиційний характер, тому що персонал є об'єктом капітальних вкладень. Але інвестування коштів може провадитися тільки з позицій стратегічної доцільності.

Список використаної літератури.

1. Роббинз Стивен П. Менеджмент / С. П. Роббинз, М. Коултер : [пер. с англ. О. В. Медведь] – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2007. – С. 145–157.
2. Слиньков В. Н. Персонал и его менеджмент: практические рекомендации / В. Н. Слиньков. – К.: КНТ. – 2007. – С. 76–82.
3. Крушкльницька О. В., Мельницук Д. П. Управління персоналом. – Київ, Видавництво: Кондор, 2005. – С. 138-143.

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

А. І. Труханівська, магістрант*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Особливість сучасних умов діяльності підприємств сфери сільськогосподарського виробництва полягає в комплементарності їх стратегічних цілей, яка передбачає, з одного боку, орієнтацію на глобальні тенденції функціонування продовольчих ринків, з іншого, – необхідність адаптації до реалій внутрішнього ринку. З огляду на це непересічного значення набуває формування ефективної товарної політики аграрних підприємств як інструменту

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

забезпечення їх економічної стійкості. Особливо актуальною представляється ідентифікація економічної складової розвитку сільськогосподарських підприємств на засадах маркетингу з метою прогнозування їх товарної політики на стратегічну перспективу.

Питання товарної політики як інструменту маркетингу, є предметом досліджень таких вітчизняних та зарубіжних науковців як Г. Абрамова, К. Альбрехт, Д. Анкер, Г. Армстронг, Л. В. Балабанова, Е. Барлоу, Р. Бартелз, Р. Бренсон, С. С. Гаркавенко, М. Голдмен, В. Гончарова, Д. Дей, Г. В. Загорій, Ф. Котлер, Т. Левітт, А. І. Майзель, М. Портер, Т. О. Прима, Н.І. Степаненко, А. Дж. Стрикленд, та інших. Проте недостатньо дослідженим для сфери аграрного товаровиробництва залишається питання місця та ролі товарної політики в ринковій адаптації вітчизняних аграрних підприємств.

Основний матеріал. Більшість науковців, що розглядають питання змісту, сутності та методології формування товарної політики підприємства, пов'язують товарну політику з маркетинговою діяльністю. В цілому, товарна політика однаковою мірою належить як до загальнокорпоративних проблем, так і до проблем операційного маркетингу, однією з функцій якого є розробка товарів та планування асортименту з орієнтацією на вимоги ринку. Основне її завдання полягає у створенні такого товару, й в подальшому – управління ним, щоб він становив системоутворюючий елемент маркетингової діяльності. До її складових відносять: визначення оптимального асортименту товарів та його постійне оновлення, якості продукції, дизайн, упаковку, товарну марку, міру відповідності критеріям споживачів та ін. Зокрема, за визначенням Т. О. Прима, маркетингова товарна політика представляє собою комплекс заходів, за яких один або кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми. Іншими словами, це розробка та прийняття рішень щодо створення і просування на ринку товарів підприємства [3, с. 121].

Структура маркетингової товарної політики включає три блоки: розробка товару, обслуговування товару, зняття з ринку застарілих товарів (елімінація) [2, с. 92]. С. М. Гончаров, Л. В. Балабанова тлумачать маркетингову товарну політику як комплекс заходів щодо формування ефективного асортименту для задоволення потреб споживачів та досягнення підприємством власних цілей. Визначення Л.Абалкіна, а саме: комплекс заходів щодо планування асортименту товару, що виробляється, та надання послуг, – є найбільш стислим і таким, що відображає лише зовнішню сторону товарної політики підприємства.

Нинішній етап становлення агромаркетингу відзначається набуттям ним низки характерних рис, найбільш значущими серед яких визначаються орієнтація на довгострокову перспективу функціонування, необхідність систематичного аналізу потреб цільових ринків як стрижнева функція, що здатна забезпечити підприємству актуальність на ринку, а також глобалізм, посилення інтеграційних тенденцій. Непересічну роль відіграють також чинники, що спонукають до застосування рефлексивних технологій управління агромаркетингом, оскільки відображають сучасні тенденції активного ставлення цільових споживачів щодо формування товарних пропозицій на ринку. До таких чинників належать трансформація потреб у цінності, індивідуалізація потреб споживачів, інноваційність виробництва, цільова орієнтація маркетингу на гармонізацію інтересів підприємства, споживачів та суспільства в цілому, необхідність партнерства усіх учасників ринкового обміну та реалізації засад сталого розвитку суб'єктів агробізнесу [4, с. 311-313].

Водночас, досить впливовими є детермінанти мінімізації ролі маркетингу у ефективному функціонуванні аграрних підприємств, найбільш значущими серед них представляються особливості конкурентного середовища, рівень кваліфікації управлінського персоналу, домінуюча роль держави, гальмування ринкових реформ,

недостатнє усвідомлення менеджментом підприємств значення маркетингових інструментів у забезпеченні ефективності господарської діяльності [5, с. 13].

Товарна політика, ціноутворення, просування та збут сільськогосподарської продукції має здійснюватися на основі стратегічного вибору товарних ринків, що, в свою чергу, вибудовується відповідно до результатів довгострокового прогнозу стану та динаміки попиту й пропозиції на потенційних цільових ринках. Цільова орієнтація аграрного маркетингу на гармонізацію інтересів сільськогосподарських товаровиробників, споживачів та суспільства представляється основою зазначених принципів та особливостей сучасного маркетингу, що створює підґрунтя для застосування дієвих інструментів адаптації до впливу на діяльність підприємства конкурентних сил та контактних аудиторій [1, с. 322].

Сутність товарної політики аграрних підприємств на сучасному етапі їх розвитку необхідно розглядати крізь призму ефективності діяльності підприємства в цілому, при цьому забезпечення ефективності має ґрунтуватися на таких фундаментальних положеннях, як відмова від концентрації уваги на задоволенні потреб лише окремих зацікавлених сторін, взаємоузгодження та взаємозв'язок стратегій, процесів та ресурсного забезпечення підприємства, а також інвестиційний характер маркетингової складової діяльності аграрного підприємства. При цьому товарна політика визначається як засіб оптимізації взаємовідносин між суб'єктами агробізнесу (сільгосптоваровиробники, споживачі, держава, передбачаючи партнерські засади та широку соціальну відповідальність, за рахунок чого забезпечуватиметься позитивний економічний результат у стратегічній перспективі.

Висновки. Товарна політика є багатомірною, складною сферою діяльності аграрних підприємств, що вимагає прийняття рішень про особливості товарної номенклатури відповідно до багатофункціональності продуктової складової діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Формування товарної політики аграрних підприємств ґрунтується на системному підході, що передбачає взаємоузгоджене поєднання маркетингових, управлінських та економічних засад, що дасть змогу аграрному підприємству ефективно використовувати наявні ресурси в умовах нестійкого зовнішнього середовища.

Список використаної літератури

1. Дэй Д. Стратегический маркетинг. / Д. Дей – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
2. Єранкін О. О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія / О. О. Єранкін. – К.: КНЕУ, 2009. – 419 с.
3. Примак Т. О. Маркетинг / Т. О. Примак // Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
4. Соловйов І. О. Агромаркетинг: системна методологія, реалізація концепції: монографія / І. О. Соловйов. – Херсон: Олди-плюс, 2008. – 344 с.
5. Степаненко Н.І. Концептуальні підходи до визначення сутності товарної політики аграрних підприємств/ Н. І. Степаненко // Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. – 2011. - №2(2). – С. 8-17.

ПРИБУТКОВІСТЬ, ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми

В умовах ринкової економіки головною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Власники і персонал мають забезпечити формування прибутку для подальшого функціонування і інноваційного розвитку організації та задоволення інтересів усіх груп. Актуальність даного питання зумовлюється тим, що розробка інноваційних заходів щодо збільшення прибутку та резервів його зростання є дуже важливими для підприємства.

Аналіз останніх досліджень

Питання підвищення прибутковості підприємства є об'єктом уваги багатьох вчених. Їх досліджували в своїх роботах Аранчій В. І., Бандурка О. М., Бланк І. А., Іщенко Є., Корієв В. Л., Коробов М. Я., Орлов І. П., Петрова К. Я., Шуляк П. Н. Дослідження зазначених проблем з різних ракурсів породжує нові питання. Це пов'язано з тим, що підприємство являє собою відкриту динамічну систему, тобто на прибуток впливають зовнішні і внутрішні фактори.

Мета даного дослідження полягає в запропонуванні заходів щодо підвищення прибутковості підприємства (на прикладі ПАТ «Новоград – Волинський хлібо завод»). Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- провести аналіз прибутковості підприємства;
- виявити резерви збільшення прибутковості;
- розробити пропозиції щодо зростання прибутковості підприємства.

Об'єкт та методика дослідження

Об'єктом дослідження є процес підвищення прибутковості ПАТ «Новоград – Волинський хлібо завод».

У процесі наукового пізнання використовувалась сукупність методів, способів, підходів і прийомів наукового аналізу. У дослідженні напрямків були використані загальнонаукові методи: абстрактно-логічний, індукції, дедукції, порівняльний, монографічний, математико-статистичний та графічний.

Результати дослідження

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» [1, с.18], під прибутком слід розуміти суму валових доходів підприємства, яка являє собою сукупність доходів від усіх видів діяльності, зменшену на суму валових витрат і вартість зносу основних засобів і нематеріальних активів. Таке визначення прибутку не відображає економічного змісту цієї категорії. П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» [2, с.34] визначає прибуток як суму, на яку доходи перевищують витрати, пов'язані з ними. Прибуток від реалізації продукції залежить від: виручки від реалізації; суми витрат на виробництво, які в свою чергу визначаються факторами: обсяг виробництва; структура продукції; собівартість виробництва; рівень середньої ціни продукції [4, с. 97].

Розглянемо формування фінансових результатів ПАТ «Новоград - Волинський хлібо завод» за даними форми № 2 «Звіт про фінансові результати» [7].

Таблиця 1

Аналіз фінансових результатів

ПАТ «Новоград – Волинський хлібо завод» за 2012 – 2013 рр., тис. грн.

Показник	2011 р.	2012 р.	2013 р.	Абсолютне Відхилення, +/-	Темп приросту, %

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

1	2	3	4	5	6
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	33885	36099	38281	4396	13
Собівартість реалізованої продукції	23563	24418	25853	2290	9,7
Валовий прибуток (збиток) від реалізації	10322	11681	12428	2106	20,4
Інші операційні доходи	352	249	267	-85	-24,1
Адміністративні затрати	2018	2242	2424	406	20,1

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
Витрати на збут	5874	6696	7108	1234	21,0
Інші операційні витрати	1001	935	1256	255	25,5
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	1781	2057	1907	126	7,1
Фінансові доходи	21	34	67	46	219,0
Інші доходи	-	-	-	-	-
Фінансові витрати	122	21	14	-108	-88,5
Інші витрати	-	-	-	-	-
Прибуток від звичайної діяльності	1171	1554	1439	268	22,9
Чистий прибуток (збиток)	1171	1554	1439	268	22,9

Джерело: розраховано за даними форми №2 «Звіт про фінансові результати»

У результаті аналізу господарської та фінансової діяльності ПАТ «Новоград – Волинський хлібозавод» можна зробити висновок що в цілому діяльність хлібозаводу є прибутковою. На підприємстві чистий дохід від реалізації продукції за 2 роки зріс на 13 %, при цьому собівартість реалізованої продукції зросла на 9,7 %, і це є нормальними показниками так як собівартість продукції зростає повільнішими темпами ніж дохід підприємства.

Щодо адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат, то вони мають тенденцію до зростання в середньому на 20 %, це є досить негативним явищем для хлібозаводу, це пов'язано насамперед з економічною ситуацією яка склалася на сьогодні в Україні, зі зростанням цін на сировину, матеріали, паливо, енергоносії та ін.

Хоч і зросли витрати на підприємстві, але керівництво хлібозаводу доклало багато зусиль щоб збільшити чистий прибуток, який в 2013 р. склав 268 тис. грн., що на 22,9 % більше ніж в 2011 р. і це свідчить про ефективну діяльність підприємства.

Підприємство має можливість збільшити свій прибуток за рахунок зниження собівартості продукції та збільшення обсягу продукції тому я пропоную хлібозаводу замінити тістомісильну машину А2-ХТБ на машину на напівінтенсивного замісу 2-швидкісну Г4-МТМ-330.

Показники	Одиниця виміру	Тістомісиль на машина А2-ХТБ	Тістомісильна машина Г4-МТМ-330	+/-
Продуктивність лінії	т / зміну	1	2	0,3

Річний випуск продукції (2 зміни 300 робочих днів у році)	т.	500	1000	500
Технологічний ефект по випуску продукції (зменшення собівартості виробництва на 10%)	грн.	678200	610380	67820
Кількість робочих місць	чол.	5	4	-1
Економія заробітної плати	грн.	90000	72000	18000
Річний економічний ефект	грн.	-	-	69620
Вартість впровадження	грн.	-	-	98000

Таблиця 2

Розрахунок річного економічного ефекту від впровадження нової тістомісильної машини Г4-МТМ-330

Джерело: власна розробка автора

З табл. 2 ми бачимо, що вартість такого впровадження складає 98 000 грн., але підприємство замінивши тістомісильну машину за рік збільшить випуск продукції до 1000 т., при цьому собівартість виробництва продукції зменшиться на 10 %, тобто на 67 820 грн. та зменшаться витрати на оплату праці на 18 000 грн. і хлібозавод отримає річний економічний ефект в розмірі 69 620 грн.

Висновки і пропозиції.

Для забезпечення зростання прибутку потрібно задіяти не використані можливості його збільшення. Збільшення прибутку ПАТ «Новоград - Волинський хлібозавод» можливе за рахунок:

- збільшення обсягу випуску продукції (робіт, послуг);
- зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції.

Однією з істотних проблем хлібобулочних виробів є великі витрати хлібопекарських підприємств саме на купівлю матеріалів та сировини для виробництва даної продукції. Для вирішення даної проблеми я пропоную впровадити на підприємстві інноваційні технології, які спрямовані на зменшення витрат виробництва та збільшення обсягу виробництва.

Економічний ефект від застосування запропонованих мною інновацій складає 69620 грн. за рік. На ПАТ «Новоград – Волинському хлібозавод» проект окупиться за 1,4 року.

Значного підвищення інтенсивного навантаження устаткування на підприємствах можна досягти завдяки застосуванню прогресивних форм і методів організації виробництва (концентрації, спеціалізації, кооперування та комбінування; гнучких, потокових і роторно-конвеєрних ліній), що уможливають використання високопродуктивного автоматизованого устаткування.

Література

1. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]: Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Аранчій В. І. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В. І. Аранчій. – К. : Професіонал, 2007. – 304 с.
3. Бандурка О. М. Фінансова діяльність підприємства : підруч. / О. М. Бандурка, М. Я. Коробов, П. І. Орлов та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Либідь, 2006. – 384 с.
4. Корінев В. Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію / В. Л. Корінев // Актуальні проблеми економіки. – 2005. - № 3 (45). – с. 97-103.
5. Офіційний сайт ПАТ «Новоград – Волинський хлібозавод» // <http://nvhlib.com.ua/ua/main>
6. Річні фінансові звіти ПАТ «Новоград – Волинський хлібозавод» за 2011 – 2013 рр.

7. Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» ПАТ «Новоград – Волинський хлібозавод» за 2011 – 2013 рр.

8 . Шуляк П. Н. Ценообразование : учеб.-практ. пособие / П. Н. Шуляк.-6-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков, 2006. – 192 с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В. В. Турпак, магістрантка*

Постановка проблеми. Найважливіша проблема будь-якого підприємства (фірми), що працює в сучасних умовах, – це проблема його виживання і забезпечення безупинного стратегічного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі грамотно розробленої й ефективно діючої стратегії розвитку підприємства. Стратегія є об'єктивною засадою для формування відповідей на такі важливі для підприємства питання: в якій галузі або на яких ринках повинне функціонувати підприємство; як розподілити найефективніше обмежені ресурси; як вести конкурентну боротьбу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі вагомий внесок щодо розробки теоретико-методологічних засад формування та реалізації стратегій розвитку підприємства внесли такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Т. Ю. Адаєва, Р. А. Єршова, І. І. Пічуріна, Ф. Колер, М. Портер, Р. А. Фатхутдінова та ін. Віддаючи належне науковому та практичному значенню праць авторів, необхідно зауважити, що певне коло завдань концептуального, методологічного та методичного характеру залишилось недостатньо вирішеним. Так, потребують подальшого дослідження методологія розробки стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства, що повинна передбачати особливості діяльності суб'єктів господарювання в умовах кризи, врахування нестабільності зовнішнього середовища, зміна парадигми розвитку підприємств відповідно до світових процесів.

Мета, завдання та методика досліджень. Метою є дослідження теоретико-методологічних засад розробки стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Завданням дослідження виступає: вироблення альтернатив стратегії розвитку безпосередньо на рівні підприємства, як порівняно нового явища у вітчизняній практиці керівництва, до якого підприємства здебільшого не готові: ні в технічному, ні в організаційно-методичному плані; пошуку надійних методів формування стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах настання кризових явищ економіки.

Теоретико-методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання і системний підхід, які застосовувалися для вивчення фундаментальних положень економічної науки щодо особливостей залучення і використання стратегій сільськогосподарських підприємств. У процесі дослідження застосовано загальнонаукові методи, зокрема методи порівняння, індукції та дедукції, аналізу та синтезу, абстрагування, використання яких дало можливість конкретизувати та уточнити понятійний апарат досліджуваної тематики, дослідити значення стратегії у

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. І. Ткачук

сфері економічного розвитку сільськогосподарських підприємств, обґрунтувати її механізми тощо.

Результати досліджень. Стратегія стабільного економічного розвитку підприємства має забезпечити планомірний відтворювальний процес виробництва, збереження і захист навколишнього природного середовища, ресурсного потенціалу, підвищення життєвого рівня людей. Велику роль у пореформеній економіці повинне відігравати застосування державних і ринкових регуляторів розвитку економіки в їх оптимальному поєднанні (табл. 1).

Таблиця 1

Складові стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства

№ п/п	Назва складової
1	Цілі і пріоритетні завдання стратегії
2	Продовольча безпека і досягнення раціональних норм споживання основних продуктів харчування
3	Галузеві орієнтири та параметри розвитку сільськогосподарського виробництва
4	Формування матеріально-технічної бази агропромислового виробництва на основі інноваційних технологій
5	Раціональне використання земельно-ресурсного потенціалу
6	Розвиток організаційної структури аграрної сфери
7	Удосконалення організації сільськогосподарського ринку
8	Екологічна безпека сталого розвитку підприємства
9	Удосконалення системи державного управління підприємством
10	Ціноутворення в підприємстві
11	Фінансове забезпечення розвитку підприємства
12	Розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства
13	Раціональне використання людського потенціалу і підвищення рівня наукового, освітнього та інформаційного забезпечення розвитку підприємства

Джерело: власні дослідження автора

Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств та досягнення ефективного його функціонування необхідно застосовувати підходи стратегічного планування. Різноманітність трактування стратегічного планування, призводить до відсутності єдиного та однозначного тлумачення даного поняття. Дослідивши змістовність поняття робимо висновок, що стратегічне планування – це набір дій і рішень керівництва підприємства, які спрямовані на розробку специфічних стратегічних планів, які спрямовані на досягнення поставлених цілей та місії підприємства.

Головною основою для побудови стратегії є розробка методів посилення конкурентних переваг, з метою швидкої адаптації до зовнішнього середовища. В сучасних умовах стратегії вітчизняних сільськогосподарських підприємств повинні базуватися на інвестиційно-інноваційних рішеннях та розроблятися на основі нововведень. Власне інвестиційні рішення є логічним підґрунтям для прийняття стратегічних рішень. Складання стратегічних планів базуються на детальному прогнозі майбутнього стану, аналізі загроз та переваг на зовнішньому середовищі підприємства, глибокому дослідженні сучасних. Метою кожного суб'єкта аграрного сектору, що функціонує у ринкових умовах – це забезпечення виживання та розвитку підприємства.

В економічному словнику: економічна стратегія – це «довготерміновий курс економічної політики, який передбачає вирішення великомасштабних економічних і соціальних завдань» [4, с. 201-203].

Термін стратегія в теорії менеджменту трактується як модель дій, набір правил і прийомів, за допомогою яких досягають довгострокових цілей розвитку організації [5, с. 604]. А. Чанднер надає наступне тлумачення поняттю стратегія: «визначення базових довготермінових цілей та орієнтирів підприємства, вибір основних дій та забезпечення необхідних для досягнення таких цілей ресурсів». Основним процесом у виборі та розробці стратегії він визначав раціональне планування [2, с. 111-113]. Пропонуємо трактувати поняття «стратегія», як набір заходів по визначенню місії, завдань та способів їх досягнення, ураховуючи можливості господарського суб'єкту. У науковій літературі виокремлюють три основних види стратегій розвитку підприємства, кожний з яких повністю обґрунтований специфікою виробництва: 1) стратегія зростання (розвитку) відображає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень; 2) стратегія стабілізації (сталості) характеризує прагнення підприємства зберегти досягнуті обсяги виробництва в умовах суттєвої нестабільності обсягів продажу і прибутку; 3) стратегія виживання (скорочення) – оборонна стратегія в умовах глибокої кризи діяльності підприємства.

Стратегію зростання обирають сільськогосподарські підприємства, які функціонують у динамічних галузях з швидкозмінною технологією. Господарський суб'єкт намагається застосувати свої сильні сторони та можливості зовнішнього середовища. За мету ставиться збільшення обсягів продажу та підвищення ефективності виробництва, а також значну увагу акцентують на шляхи виходу та захоплення нових ринків. Стратегії зростання передбачають розширення підприємства через концентрацію, інтеграцію чи диверсифікацію [3, 166]. Стратегія розвитку повинна стати пріоритетною для суб'єктів господарювання, адже саме вона здатна забезпечити його конкурентоспроможність. Підприємство може зростати в результаті збільшення масштабів своєї поточної діяльності; запровадження нових напрямків роботи або розширення технологічних можливостей; розширення групи споживачів [1].

Висновки та перспективи подальших досліджень. В процесі розробки стратегій стає очевидним, що насамперед, сільськогосподарському підприємству необхідно визначити стратегічні пріоритети розвитку, обґрунтувати організаційний механізм реалізації стратегій в існуючому середовищі, який забезпечить конкурентоспроможність підприємства та його продукції, як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку. При цьому стратегія розвитку підприємства повинна бути взаємопов'язаною з стратегіями кожної ланки господарюючого суб'єкта, тобто повинна бути розроблена загальна стратегія на досягнення спільної мети. Базуючись на практиці зарубіжних підприємств та використовуючи адаптовані підходи стратегічного планування українські аграрні підприємства матимуть змогу стабілізувати свою діяльність та забезпечити успішний розвиток діяльності в цілому.

Література.

1. Алимов О. М. Балансування стратегій в стратегічному наборі підприємства / О. М. Алимов, І. А. Ігнатієва // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №7. – С. 109-115.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия/ Игорь Ансофф; [пер. с англ. С. Жильцов, под. ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 416 с.
3. Горемыкин В. А. Экономическая стратегия предприятия: Учебник / В. А. Горемыкин, О. А. Богомолов. – М.: Филинь, 2011. – 257 с.
4. Денисов И. В. Теория экономико-технологического развития фирмы: Монография / И. В. Денисов – М.: – Гриф и К, 2008. – 245 с.

5. О'Шонесси Дж. Конкурентний маркетинг: стратегический поход/ Дж. О'Шонесси : [пер. с англ. Под ред. Д. О. Ямпольской]. – СПб.: Питер, 2011. – 864 с.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Л. В. Усюк, аспірант*

Постановка проблеми. Головна мета регіональної політики держави полягає у забезпеченні соціально-економічного та екологічного розвитку сільських територій, який сприятиме не лише забезпеченню належного рівня продовольчої безпеки країни, але й дозволить підвищити рівень життя населення в сільській місцевості. Цільовими напрямками сталого розвитку села визначають рівень економічного розвитку сільської місцевості, надання ефективної комплексної державної підтримки, підвищення якості життя населення, зростання доходів селян та збереження навколишнього природного середовища. Проте, щоб досягти запланованих кількісних і якісних показників, необхідно нівелювати проблеми, що зумовлюють гальмування процесу забезпечення сталого розвитку сільських територій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми сталого розвитку сільських територій досліджують у своїх працях такі вчені, як О. Бородіна, З. Герасимчук, М. Долішній, М. Мельникова, М. Орлатий, І. Прокопа Д. Стеченко, В. Трегобчук, В. Терещенко, В. Уркевич та ін. Проте питання, які розглядаються в цих дослідженнях, не охоплюють багатьох проблем, що постають на шляху забезпечення сталого розвитку такої соціально-економічної системи, як сільські території.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення добробуту України неможливе без вирішення питання розвитку села, адже держава, в якій розвивається тільки центр і підлягають стагнації сільські території вважається безперспективною. Сільська територія – це просторово-географічне, історично-сформоване у законодавчо визначених межах утворення, що об'єднує сукупність сіл, селищ та хуторів, де проживає і здійснює господарську діяльність населення, що здебільшого займається сільськогосподарською діяльністю. Основними критеріями сталого розвитку сільських територій є підвищення ефективності сільського господарства, диверсифікація сільської економіки в цілому, продовольча безпека країни, природний приріст сільського населення, підвищення рівня та якості життя на селі, дотримання соціального контролю над історично освоєними територіями, поліпшення родючості ґрунту й екологічної ситуації в сільських районах [3, с.145]. Метою розвитку сільських територій в умовах сталості є формування соціально-орієнтованої економіки з врахуванням раціонального використання природних ресурсів, вирівнювання пропорцій економіко-екологічного і соціального розвитку, зосередженого на інтересах громади села, її кожного селянина, створення у сільських поселеннях належних умов праці та проживання.

Варто відмітити, що найгострішими проблемами на селі вже тривалий період є: безробіття, бідність та трудова міграція, занепад соціальної інфраструктури, поглиблення демографічної кризи та відмирання сіл. Складна ситуація на селі та в

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

аграрному секторі національної економіки викликана насамперед безсистемністю та некомплексністю розв'язання завдань аграрної реформи в Україні. Поряд з реформуванням відносин на землю та майно, запровадженням нових організаційно-правових форм господарювання не створено відповідних фінансово-економічних механізмів забезпечення сталого розвитку сільських територій; відсутня зважена державна політика розвитку села та механізми її реалізації; відсутня політика щодо підтримки паритету цін, що зумовлює постійну нестачу фінансових ресурсів та обмежує діяльність і розвиток сільськогосподарських товаровиробників; високий монопольний тиск постачальників матеріально-технічних ресурсів на сільськогосподарських товаровиробників та відсутність адекватного антимонопольного захисту; повільне формування фінансових і кредитних відносин та утворення установ і організацій для обслуговування аграрного сектору та сільського населення [2].

Перед соціально-екологічною складовою забезпечення сталого розвитку сільських територій виникають проблеми пов'язані з: частковою наявністю або відсутністю соціальної інфраструктури; слабо розвиненими транспортними зв'язками та сполученнями; відсутністю робочих місць на сільських територіях та низьким рівнем оплати праці, що спричинює відтік робочої сили в міста; відсутністю програм, спрямованих на відродження та розвиток сільських територій; низькою інформатизацією селян, що знижує рівень використання екологічно обґрунтованих методів господарювання та виробництва органічної продукції; забрудненням навколишнього середовища та видобутком корисних копалин, вирубкою лісів і висушуванням річок поблизу сіл.

Висновки. Державна політика у сфері забезпечення сталого розвитку сільських територій має включати систему правових, економічних і організаційних заходів, спрямованих на підвищення рівня та якості життя населення в сільській місцевості, підвищення ефективності сільського господарства й раціональне використання та збереження навколишнього природного середовища. Відтак, особливої уваги потребує поліпшення таких складових механізму реалізації політики сталого розвитку сільських територій як: економічне забезпечення, соціальний прогрес, екологічна сфера, інформатизація суспільства, нормативно-правове регулювання.

Список використаної літератури.

1. Міляр Л.Ф. Проблеми сталого розвитку сільських територій [Електронний ресурс] / Л.Ф. Міляр - Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/30875/1/Miliar%20L.F._Silaska%20mistsevist.pdf

2. Савенко О.А., Лапа В.О. Проблематичні питання розвитку сільських територій територій [Електронний ресурс] / О.А. Савенко, В.О. Лапа - Режим доступу: <http://www.dsau.dp.ua/files/materialskonf.pdf>

3. Усюк Л.В. Теоретичні підходи до категорії «сталий розвиток сільських територій» / Л.В. Усюк // Кооперативні читання: 2015 рік. - Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет». – 2015. – С.142-146

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Актуальність теми. Розвиток аграрного сектора економіки все більше залежить від ефективного функціонування всіх суб'єктів господарювання. Проте в ситуації інерційного консерватизму зовнішнього оточення, низького рівня прибутковості та невизначеності умов функціонування аграрний сектор повільно адаптується в ринковому просторі до інституціональних змін. Як інструмент усунення диспропорцій відтворення та перерозподілу ресурсів диверсифікація видів діяльності має різні цілі та визначає напрям реструктуризації економіки регіону. Проблемам, пов'язаним із диверсифікацією, почали приділяти увагу на етапі виокремлення спеціалізації виробництва і досліджувати їх у період переходу вітчизняної економіки до ринкових відносин. За таких умов, диверсифікація набуває актуальності у зв'язку з розширенням конкуренції, а також бурхливим розвитком процесу конверсії агропромислового комплексу.

Питанням стратегії диверсифікації приділяли увагу багато вітчизняних вчених, а саме: В. Андрійчук, О. Бородіна, В. Зіновчук, Т. Зінчук, М. Кропивко, О. Могильний, П. Саблук, І. Хорунжий, Г. Черевко, В. Юрчишин так і зарубіжних: С. Вілсон, Дж. Кені, К. Кляйн, Б. Карлофф, Т. Сударик та багатьох інших. Досліджуючи вітчизняний та зарубіжний досвід диверсифікації на різних галузевих рівнях, висвітлений у працях вчених-економістів, зосереджено увагу на невирішених питаннях диверсифікації видів діяльності в аграрному секторі економіки.

Результати дослідження. В сучасних умовах для визначення теоретичної сутності диверсифікації існують різні підходи. Походження від латинських слів, ще на розкриває економічного змісту відповідного поняття, який конкретніше полягає в тому, що окремі підприємства, фірми проникають у нові для них галузі й сфери, за рахунок чого досягається розширення асортименту продукції та створюються можливості для стабілізації зайнятості населення. Диверсифікацію слід розглядати з двох позицій: 1) створення кількох різних виробничих напрямів у межах одного підприємства; 2) розширення сфери діяльності підприємства на ринках нових товарів, які перебувають за межами основної галузі та не пов'язані з його основним виробництвом.

У сільській економіці диверсифікація ґрунтується на передислокації ресурсів у нові види сільськогосподарської й несільськогосподарської діяльності та на створенні нових можливостей для кращого використання робочої сили, збільшення прибутків сільськогосподарських підприємств.

Сільськогосподарські підприємства Житомирського району вирощуються зернові і зернобобові культури, соняшник, сою, ріпак озимий. З продукції тваринництва одержують м'ясо ВРХ, м'ясо свинини, молоко та мед. За 2012-2014 рр. у сільськогосподарських підприємствах району збільшилась урожайність зернових та зернобобових на 53,54 %, озимого та ярого ріпаку у 2 рази, втричі зросла урожайність картоплі.

Водночас, господарська діяльність підприємств району залишається збитковою. За 2014 р. сума збитку складала 246,5 тис. грн, майже удвічі менше в порівнянні з 2012 р.

Для досягнення позитивних результатів діяльності сільськогосподарських підприємств логічно запропонувати пріоритетні напрями їх диверсифікації (рис. 1.).

* Науковий керівник – к. е. н., доцент І. Ф. Грабчук

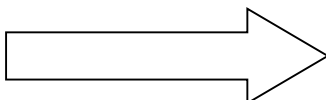
Рівень розвитку			
Сфери аграрної економіки	Сільськогосподарські підприємства	Сільгосподарські організації	Особисті селянські господарства
Оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції		<ul style="list-style-type: none">- торгово-закупівельні пункти;- дорадчі служби;- сільськогосподарська споживча (виробнича, збутова, страхова, кредитна та інші форми) кооперація;- агросервісні організації	
Організація діяльності суміжних галузей (лісівництво, рибництво, агротуризм тощо)	Розвиток переробної харчової промисловості (молочної, м'ясної, овочеконсервної, борошномукомольної, олієжирової, комбікормової та ін.)	Малий бізнес: млини; переробні цехи, крупорушки, бойні тощо	
Розвиток біоенергетики			Сільські промисли та ремесла. Заготовка лікарських рослин, ягід, грибів.
		Збут молока та іншої сільськогосподарської продукції	
	Готельний бізнес, етнографічний та сільський аграрний туризм	Розвиток садівництва, рибництва, бджолярства	
Формування сфери агроосвітніх послуг			

Рис. 1. Пріоритетні напрями диверсифікації сільськогосподарських підприємств

Джерело: використано [4].

В результаті диверсифікації підвищується прибутковість виробництва, зміцнюється позиція підприємства на ринку, зростає його конкурентоспроможність. Це підтверджує існуючий досвід країн-членів ЄС дозволяє сформувати основні характеристики згаданих інструментів, особливо тих, що вже довели свою вагомість для досягнення загальної мети процесу диверсифікації сільського виробництва.

Отже, моделювання процесу диверсифікації є головним механізмом стратегічного напрямку підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств.

Список використаної літератури

1. Амбросов В.Я. Системні зв'язки організаційної структури підприємств / В.Я. Амбросов // Економіка АПК. – 2012. – №7. – С. 110–116.
2. Вітковський О.С. Ефективність стратегії диверсифікації діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища / О.С. Вітковський // Економіка та держава. – 2010. – № 8. – С. 30–32.
3. Германюк Н.В. Диверсифікація виробничої діяльності в аграрній сфері / Н.В. Германюк // Економіка АПК. – 2011. – № 5. – С. 28–31.
4. Ткачук В.І. Диверсифікація аграрного підприємства: монографія / Ткачук В.І. Житомир: ЖНАЕУ – 2011. – 268 с.

УКРАЇНА ТА СОТ: ОБОВ'ЯЗКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ

Д. В. Беженар, студентка*

Керівник чи співавтор Черниш

Постановка проблеми. Розвиток багатьох країн значною мірою залежить від їх участі у світових організаціях. Вони, в свою чергу, підтримують економіку країн на належному рівні та сприяють процесу інтеграції та глобалізації. Україна належить до тих країн, які мають досить добре розвинуті зв'язки з іншими державами. Вона також активно співпрацює з міжнародними організаціями. Однією із таких організацій є СОТ, яка охоплює 161 країну на які припадає 95% світового торговельного обороту. Кожна країна, яка прагне інтегруватись у світове господарство, повинна стати учасником Світової організації торгівлі. Актуальним є оцінювання співпраці України з СОТ та окреслення перспективи розвитку України в умовах інтеграції до світового господарства.

Аналіз останніх досліджень. Проблемою вивчення даних питань займаються ряд вчених, зокрема Т. Колісник, С. Кравчук, В. Лановий, І. Клименко, Г. Квітка, С. Кравчук, І. Шупик, І. Дахно . Водночас, розвиток взаємовідносин України та СОТ потребує постійної уваги до предмету дослідження.

Виклад основного матеріалу. Світова організація торгівлі (СОТ) – це міжнародна організація, метою якої є розробка системи правових норм міжнародної торгівлі та контроль за їх дотриманням. Світова організація торгівлі, що є наступником Генеральної угоди про тарифи та торгівлю (ГАТТ) 1947 року, почала свою діяльність 1 січня 1995 року. На даний момент членами СОТ є 161 країна.

Регулювання міжнародної торгівлі в рамках СОТ здійснюється на таких принципах:

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

- торгівля без дискримінації, тобто взаємне надання режиму найбільшого сприяння (РНС) у торгівлі та взаємне надання національного режиму товарам і послугам іноземного походження;
- регулювання торгівлі переважно тарифними методами;
- відмова від використання кількісних та інших обмежень;
- транспарентність торговельної політики;
- урегулювання торговельних суперечок через консультації, переговори тощо.

Найважливішими функціями СОТ є:

- контроль за виконанням угод і домовленостей пакету документів Уругвайського раунду;
- проведення багатосторонніх торговельних переговорів і консультацій між зацікавленими країнами-членами;
- урегулювання торговельних суперечок;
- огляд національної торговельної політики країн-членів;
- технічне сприяння державам, що розвиваються, з питань, що стосуються компетенції СОТ;
- співробітництво з міжнародними спеціалізованими організаціями.

Цілі СОТ визначено в преамбулі Марракеської Угоди про утворення СОТ. Основними з них є: підвищення життєвого рівня; забезпечення повної зайнятості; постійне зростання доходів і ефективного попиту; розширення виробництва товарів і послуг та торгівлі ними; оптимальне використання світових ресурсів згідно з цілями сталого розвитку; захист і збереження навколишнього середовища; забезпечення для країн, що розвиваються і найменш розвинених країн такої участі в міжнародній торгівлі, яка б відповідала потребам їх економічного розвитку.

Структура світової організації торгівлі встановлюється статтею IV Марракеської угоди. Найвищим керівним органом СОТ є Конференція міністрів, скликана не рідше за один раз на два роки. Вона ухвалює рішення з найважливіших питань: здійснює прийом нових членів в Організацію, початок нового раунду багатосторонніх торговельних переговорів, затвердження їх повістки. У період між конференціями діяльністю СОТ керує Генеральна рада, що складається з послів і глав делегацій членів СОТ. Генеральна рада проводить огляди торговельної політики країн-членів і займається дозволом торговельних суперечок між ними. Ці функції вона делегує двом спеціальним органам – з аналізу торговельної політики і з розв'язання суперечок. Генеральній раді підлеглі також три ради - Рада з торгівлі товарами, Рада з торгівлі послугами, Рада з інтелектуальної власності, а також три комітети - з торгівлі і розвитку; з обмежень, пов'язаних з торговельним балансом; з бюджету, фінансів і адміністративних питань.

Процес вступу України до СОТ розпочався 30 листопада 1993 року, коли до Секретаріату ГАТТ було подано офіційну заявку Уряду України про намір приєднатися до ГАТТ. 5 лютого 2008 року у Женеві відбулося засідання Генеральної Ради СОТ, на якому було підписано Протокол про вступ України до СОТ. 10 квітня 2008 року Верховна Рада України прийняла законопроект «Про ратифікацію Протоколу про

вступ України до Світової організації торгівлі». 16 квітня 2008 року Закон про ратифікацію був підписаний Президентом України. Згідно з процедурами СОТ, 16 травня 2008 року Україна набула повноправного членства у цій організації [5, с. 55-59].

Україна, в свою чергу, взяла на себе такі зобов'язання:

- Україна буде здійснювати контроль цін згідно з правилами СОТ і враховувати інтереси її членів, що займаються експортом;
- Україна буде централізовано вводити умови СОТ і протокол вступу на всій території і забезпечувати правом звернення до незалежного трибуналу щодо адміністративних норм у справах СОТ;
- у сфері прав торгівлі Київ зобов'язався, що плата за реєстрацію медикаментів, пестицидів, сільськогосподарських хімікатів, а також плата за одержання ліцензій на експорт і імпорт алкогольних напоїв і тютюнових виробів буде встановлюватися з вимогами СОТ і буде відповідати рівню вартості наданих послуг;
- від фізичних осіб і компаній, що бажають робити експорт або імпорт, не буде вимагатися фізична присутність або наявність інвестицій в Україні [3, с. 12].

Водночас Україна отримала доступ до тих можливостей, які впливають із членства в СОТ. Зокрема, статус членства в СОТ дозволяє Україні використовувати трибуну СОТ для відстоювання національних торгових інтересів у рамках участі в роботі комітетів і підкомітетів СОТ, розширювати участь у багатосторонніх міжнародних переговорах щодо подальшої лібералізації торгівлі, захищати інтереси національних виробників та використовувати можливості міжнародного механізму розв'язання торговельних спорів.

Незважаючи на те, що Україна мала певні ризики щодо входження до СОТ (значне збільшення надходження імпорту; неготовність України до відкритої конкуренції; в деяких галузях промисловості можливе зменшення виробництва за рахунок певного зростання імпорту відповідної продукції; звуження внутрішнього ринку), позитивних наслідків вступу до СОТ для держави виявилось більше ніж негативних, а саме:

- 1) більша відкритість ринків країн-членів СОТ, і в результаті покращення іміджу України;
- 2) розвиток засад ринкової конкуренції за міжнародними стандартами;
- 3) можливість сформувати привабливий інвестиційний клімат, а відтак і збільшити обсяги іноземних інвестицій;
- 4) прискорення структурних реформ управління галузями АПК за рахунок іноземних інвестицій, міжнародного менеджменту та технологій; збільшення доходної частини бюджету від розширення міжнародної торгівлі унаслідок лібералізації режиму доступу до зовнішніх ринків товарів, капіталів та праці;
- 5) збільшення прибутків, пов'язаних з розширенням доступу до іноземних ринків, у т.ч. країн, які ще претендують на вступ до СОТ [4, с. 34];
- 6) лібералізація торгівлі, розширення асортименту та якості пропонованих на ринку товарів;
- 7) зменшення ціни на деякі види конкурентної продукції, тощо.
зниження вартості сировини, проміжної продукції та інвестиційних товарів;
- 8) посилення правового захисту національного товаровиробника шляхом доступу до механізму вирішення торгових суперечок СОТ [1, с. 146-153].

Але не можна забувати про іншу сторону медалі, до негативних наслідків від вступу до СОТ можна віднести:

1) неготовність вітчизняних товаровиробників до жорсткої конкуренції за маркетинговими та техніко-економічними параметрами;;

2) необхідність проведення додаткових витрат вітчизняними підприємствами на заходи щодо диверсифікації національного виробництва до системи стандартизації СОТ;

3) посилилась неконтрольована трудова міграція [2, с. 6-8].

Вступ України до СОТ підсилив інтеграційні процеси в нашій країні, а саме дозволив підписати у червні 2010 року Угоду про вільну торгівлю з Європейською асоціацією вільної торгівлі, яка набрала чинності з 1 червня 2012 року, набуття Україною членства в СОТ стало потужним стимулом для започаткування переговорів з Європейським Союзом щодо створення зони вільної торгівлі. Політичну частину Угоди про асоціацію з Європейським Союзом України було підписано 21 березня 2014 року. Економічну частину цієї угоди було підписано 27 червня 2014 року.

Висновки та пропозиції. Аналізуючи питання вступу України до СОТ та наслідки цієї події, можна сказати, що членство в СОТ несе багато переваг для нашої країни. Вступ України до СОТ призвів до поглиблення лібералізації торгівлі, причому багато змін відбулося відразу ж після вступу до організації. За допомогою підвищення вимог до якості продукції та впровадження нових стандартів, українська продукція стала більш конкурентоспроможною на зовнішніх ринках. Споживачі отримали розширений асортимент товарів і послуг, підвищення якості продукції, здешевлення вітчизняних та імпортованих товарів та послуг. Виробники, в свою чергу, отримали наступні переваги: скорочення витрат введення зовнішньоекономічної діяльності, зниження вартості сировини, лібералізація доступу українських товарів на світові ринки. До негативних моментів слід віднести додаткові зобов'язання, які створюють і додаткове навантаження в аспекті витрат на виконання угод і пристосування до нових правил, які нестимуть і держава, і суб'єкти економічної діяльності в Україні. Вступ України до СОТ також підсилив інтеграційні процеси в нашій країні, став поштовхом до підписання Угоди про вільну торгівлю з Європейською асоціацією вільної торгівлі та підписання Угоди про асоціацію з ЄС.

Список використаних джерел:

1. Петрова Г. Є. Вступ України до СОТ: умови та наслідки / Г. Є. Петрова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2009. - С. 146–153.
2. Бураковський І. Вступ України до СОТ: як правильно оцінити наслідки // Економічний часопис ХХІ / Бураковський І. – С. 6-8.
3. Левченко З. Плюси і мінуси членства в СОТ / З.Левченко, – 2008. - С. 12.
4. Перспективи вступу до СОТ: - К.: Молодіжна альтернатива, – 2007.- С. 34.
5. Сергієнко О. М. Вступ до Світової організації торгівлі / О. М. Сергієнко // Формування ринкових відносин в Україні, 2007. - №3 – С. 55-59.

РОЗВИТОК АГРОБІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА В СОТ

М. С. Мамченко, студент*

Керівник чи співавтор Черниш

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

Постановка проблеми. На сьогодні в Україні зовнішньоекономічна діяльність як економіки в цілому, так і окремих галузей, зокрема, розглядається з позиції багатопланових стратегій, через здійснення експортно-імпортних операцій з товарами, капіталами і робочою силою, залучення іноземних інвестицій, розвиток конкурентного середовища та заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника, регулювання торговельного балансу держави, стабілізації курсу національної валюти. І після вступу до СОТ Україна взяла на себе зобов'язання щодо приведення до відповідності законодавчої бази регулювання торгівлі у державному секторі економіки, зокрема аграрному. Своєчасного виступаючого с прізвисьце

Аналіз останніх досліджень. Проблемою вивчення даних питань займаються ряд вчених, зокрема В. Г. Андрійчук, Л. В. Назарова, П. Т. Саблук, О. О. Єранкін, В. В. Зіновчук, І. В. Кобута, С. Н. Кваша, В. П. Галушко ін. Однак комплексність і новизна проблеми потребує постійного поглибленого вивчення.

Виклад основного матеріалу. Агробізнес є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні, що являє собою сукупність економічних відносин в аграрному секторі країни. Вже до початку 2014 року у світі залишилося не освоєно лише 9% земель, які можуть бути придатні для сільського господарства. Згідно з прогнозами Організації економічного співробітництва та розвитку, зростання цін на продукти харчування складе 20-50% за найближчі десять років. З причини обмеженості земельних ресурсів, агросектор представляє величезний потенціал для України. Що ж чекає на український агробізнес?

Зростання населення і відповідно збільшення попиту на продукти харчування, збільшення споживання м'яса, молочних продуктів, овочів і фруктів в Україні пророкують агросектору України світле майбутнє. Відсутність дієвих механізмів захисту внутрішнього ринку і підтримки національного виробника в умовах кризи, призвело до формування негативних тенденцій у багатьох галузях української економіки.

Тому варто розглянути розвиток агробізнесу України саме в умовах членства в СОТ, проаналізувати сучасний стан та визначити проблеми, вирішення яких призведе до покращення аграрного сектору країни та всієї економіки країни в цілому.

Важливим питанням переговорного процесу щодо вступу України до Світової організації торгівлі було сільське господарство. Тут у центрі уваги знаходились проблеми створення умов та забезпечення конкурентоспроможності продукції вітчизняного агропромислового комплексу, а також рівня його підтримки після вступу до СОТ.

Основними перевагами приєднання України до СОТ, зокрема у зовнішньоекономічній слід враховувати такі:

1. зменшення тарифних і нетарифних обмежень для українських товарів;
2. можливості не лише кількісно збільшити обсяги експорту, а й змінити його структуру;
3. кількісне і якісне поліпшення української торгівлі;
4. застосування антидемпінгових та компенсаційних заходів;
5. підвищення імпортного мита та застосування кількісних обмежень з метою уникнення серйозної шкоди вітчизняним виробникам, яка може бути спричинена надмірним імпортом;
6. введення тимчасових обмежень імпорту у випадку проблем з платіжним балансом.

Після вступу України до СОТ, агробізнес був змушений перейти на новітні технології та європейські ціни. За час членства України в СОТ вона досягла високих результатів в агробізнесі, станом на 2013 рік:

- №1 у світі за обсягом виробництва соняшника: 10,5 млн. т;
- №1 у світі за обсягом експорту соняшникової олії: 3,3 млн. т;

- №7 місце в світі за обсягом виробництва ячменю: 9,1млн.т;
- №5 місце в світі за обсягом експорту ячменю: 2,3 млн. т;
- №8 місце в світі за обсягом виробництва кукурудзи: 22,8 млн. т;
- №4 в світі за обсягом експорту кукурудзи: 16,7 млн. т;
- №10 в світі за обсягом виробництва пшениці: 22,3 млн. т;
- №8 в світі за обсягом експорту пшениці: 7,8 млн. т [1];

Україна здійснювала зовнішньоторговельні операції товарами з партнерами із 193-х країн світу, більшість яких є членами СОТ. Україна є четвертим найбільшим експортером зернових у світі. Експорт зернових з України перевищує обсяги експорту з таких великих за площею країн, як Канада і Австралія. Понад 60% українського експорту зернових складає кукурудза, 30% — пшениця.

Найбільшу частку в експорті олійних з України займає соняшникова олія. Експорт є досить диверсифікованим. Головні країни-імпортери: Індія, Китай, Єгипет. 10 найбільших експортерів соняшникової олії експортують сукупно майже 75% всього обсягу [1].

Найбільшим імпортером української молочної і м'ясної продукції у 2013 році була Росія, далі за нею — інші країни СНД. Але існує необхідність підвищення якості продукції тваринництва, щоб формувати попит за межами країн колишнього СРСР [2].

Крім того, обсяги експорту та імпорту послуг України в першому півріччі 2013 року склали \$ 6554 млн. і \$ 2846 млн. по відношенню до відповідного періоду минулого року. Максимальне від'ємне сальдо в \$ 18,6 млрд. Було зафіксовано саме в 2008 році - в рік вступу України до СОТ. З 2008 року Україна починає більше імпортувати товарів з країн Євросоюзу, ніж вивозити туди.

У структурі експорту продовольчих товарів через порти України найбільшу частку займає зерно (73%). Найбільше аграрної продукції експортується через Миколаївський порт, а також Одеський, Южний та Іллічівський. Частка річкових портів є дуже незначною порівняно з морськими портами. Тому можна сказати що Україна є не лише експортером аграрної продукції а і посередником, поставляючи через свої порти продукцію з одних країн в інші.

Велика проблема існує в розвитку субсидіювання Українського аграрного сектору. Тому що за обсягом субсидій на гектар Україна значно відстає від усіх країн ЄС, незважаючи на те, що частка агробізнесу у ВВП країни складає 17,5%. Українські аграрії отримують субсидій в середньому 25 €/га. Для порівняння: в сусідніх Румунії та Болгарії — 191 і 320 €/га відповідно, а в Греції цей показник взагалі сягає 709 €/га. Останні 5 років головними пільгами для українських аграріїв були дотації з ПДВ. Розмір бюджетних субсидій постійно скорочувався [1].

З показаної ситуації видно, що Україна активно розвиває зовнішню торгівлю, але очікувані переваги від членства України у Світовій організації торгівлі досить суперечливі, а причиною цього є внутрішня політика держави, що, в першу чергу, характеризується несистемністю, епізодичністю та непослідовністю створення та реалізації програм розвитку села. У зв'язку з цим існує потреба здійснення наступних заходів: пошук оптимальних шляхів для удосконалення підтримки сільського господарства, враховуючи зобов'язання, прийняті у рамках СОТ; розробка засад для розвитку конкурентних умов у сфері оброблення, зберігання, торгівлі; впровадження у сільськогосподарське виробництво інноваційних інвестиційних проєктів, систем контролю за безпечністю і якістю продукції з метою підвищити конкурентоспроможність національного товаровиробника, державні гарантії рівних економічних умов підтримки діючих на ринку виробників сільськогосподарської продукції [3].

Висновки та пропозиції.

Таким чином представлена ситуація показує що Україна активно розвиває відносини з СОТ від самого початку вступу, тим самим збільшивши показники імпорту

і зменшивши показники експорту, що спричинило негативну ситуацію для розвитку вітчизняного виробництва.

Для ефективного функціонування агробізнесу України, потрібно:

1. забезпечити його необхідними елементами інфраструктури з метою стабілізації сільськогосподарського виробництва;
2. створити пільгові умови фінансування сільськогосподарських підприємств;
3. прискорити створення антикризової програми регулювання сільського господарства в регіоні, тобто встановлення рівноваги між попитом та пропозицією на ринку товарів.
4. провести державну політику в сфері ціноутворення на агропромислову продукцію, та підвищити якість продукції.

Максимально можливо виконавши ці умови агробізнес України може стати на новий шлях свого розвитку, що покращить взаємозв'язки з іншими країнами членами СОТ, і загалом ситуацію економіки України.

Список використаних джерел:

1. Агробізнес України 2013 [Електронний ресурс] / Інфографічний довідник – Режим доступу до журн.: http://agrex.gov.ua/wp_content/uploads/Infografika_silskogo_gospodarstva_Ukrayini_vid_BakerTilly_ta_Latifundist.pdf.
2. Назарова Л. В. Стан зовнішньоекономічної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Л. В. Назарова // Економіка. – 2013. – Режим доступу: http://intkonf.org/nazarova_lv_stan_zovnishnoekonomichnoyi_diyalnosti_v_ukrayini.html
3. Саблук П. Т. Аграрний сектор в умовах членства України у Світовій організації торгівлі: здобутки і перспективи / П. Т. Саблук // Економіка АПК. - 2011. - № 3. - С. 3-8.

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ ЄС

Я. В. Раус, студент*

Керівник чи співавтор Черниш

Постановка проблеми. Актуальність теми полягає в тому, що створення Європейського економічного та валютного союзу та введення в ньому єдиної валюти суттєво впливає на систему загальноєвропейського економічного співробітництва і на світову валютну систему в цілому. Також, слід зазначити, що країни ЄС мають одні з найвищих показників ВВП у світі і певні країни союзу входять до Єврозони, де існує одна з найбільш стабільних нині валют.

Аналіз останніх досліджень. Проблематика створення та функціонування Європейського валютного союзу відноситься до однієї з найбільш широко та глибоко аналізованих як вітчизняними, так і закордонними авторами – економістами-теоретиками, банкірами та підприємцями, політиками та аналітиками. Згадуючи про них, не можна оминати класичну роботу Р. Манделла, основні положення якої

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

вважають теоретичними підвалинами Європейського валютного союзу. У пізніх досліджень, згадані процеси детально описані в роботах К. Дісона, а також Д. Гроса та Н. Тігесена.

Основний матеріал. Європейська валютна система - це найвища ланка європейської інтеграції, яка передбачає, крім усунення всіх бар'єрів у русі капіталів, робочої сили і товарів, ще й введення єдиної європейської валюти і проводку загальної монетарної та валютної політики.

Створенню Європейського валютного союзу (ЄВС) передував багатоступінний процес європейської валютно-фінансової інтеграції, який було започатковано ще в перші повоєнні роки. Формально процес об'єднання Європи розпочався 18 квітня 1951 року, коли шість західноєвропейських держав – Бельгія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Франція і ФРН підписали в Парижі Договір про заснування Європейського об'єднання вугілля і сталі (ЄОВС). У березні 1957 р. ці країни підписали Римські угоди про створення Європейського економічного співтовариства (ЄЕС). З часом до Європейського економічного союзу (ЄЕС) почали приєднуватись інші європейські країни і у 1958 році ЄЕС об'єднував 12 європейських країн.

Спочатку створення ЄЕС не передбачало утворення єдиної валютної Європи. Але з середини 70-х років активізувалися пошуки шляхів створення єдиного валютного союзу. Тобто лідери ЄЕС намагалися не тільки створити валютну одиницю, яка б стала альтернативою долару США, а й провести валютну інтеграцію, здійснити державний контроль за коливанням валют.

У 1972 р. до 1979 р. існувала так звана "Європейська валютна змія" – метою якої було обмежити коливання курсів національних валют, що входили у ЄЕС, у співвідношенні одна до одної. Якщо ж курс валюти опускався нижче допустимої межі, Центральний банк скупляв національну валюту за іноземну з метою регулювання курсу.

У 1979 р. за сумісною ініціативою ФРН і Франції була встановлена Європейська Валютна система (ЄВС). Ключовими моментами цієї системи були механізми регулювання валютних курсів, валютних інтервенцій і кредитний механізм. За винятком Великобританії, всі інші 8 країн Співтовариства взяли участь в Механізмі Валютних Курсів (МВК) в рамках ЄВС. Сутність МВК полягала у введенні фіксованих, але змінних валютних курсів. Паритети валют-учасниць МВК фіксувалися на основі спеціальної розрахункової одиниці ЕКЮ (Європейська Валютна Одиниця). Вартість ЕКЮ розраховувалася по корзині валют, що входять в МВК, при цьому питомі ваги валют бралися відповідно економічному потенціалу конкретної країни.

Процес розвитку і функціонування ЄВС тісно пов'язаний із планом Делора. Цей план передбачав: проведення єдиної скоординованої грошово-економічної політики країн-членів ЄВС, відкриття Центрального банку ЄВС, заміну національних валют і впровадження єдиної резервної валюти ЄВС, урегулювання дефіцитів платіжних балансів країн-членів ЄВС, зниження рівня інфляції та рівня безробіття тощо.

У 1989 р. та 1990 р. були проведені дві Міжурядових конференцій, підсумки яких підведенні на Маастрихтському Саміті (9-10 грудня 1991 р.), який також прийняв рішення про створення політичного союзу, а ЄЕС було замінено на Європейський Союз. Ці рішення були ратифіковані Європейським парламентом та підписані головами держав та урядів Союзу у квітні 1992 року і отримали назву «Маастрихтська Угода».

Відповідно до Маастрихтської угоди створення валютного союзу мало проходити в три етапи. На першому етапі визначаються країни — члени ЄВС, які відповідають визначеним критеріям: 1) стабілізація державних фінансів та усунення взаємних обмежень на рух капіталів і платежів між країнами — членами ЄЕС; 2) сукупний державний борг не повинен перевищувати 60 % ВВП; 3) середня номінальна величина довгострокових відсоткових ставок не повинна перевищувати 2 % середнього рівня цих ставок; 4) за діючим механізмом європейського монетарного

союзу країни-члени мусять дотримуватись фіксованого курсу відносно євро; 5) дефіцит державного бюджету країн-учасниць нової валютної зони не повинен перевищувати 3 % ВВП; 6) зростання інфляції не може перевищувати середнього рівня інфляції в трьох країнах ЄЕС із найнижчим рівнем інфляції більш як 1,5 % [1, С. 42-45].

Формування економічного та валютного союзу у відповідності до Угоди передбачалося здійснити у три етапи:

1. На першому етапі (до 31 грудня 1993 р.) були усунені всі обмеження на вільний рух капіталів усередині Європейського союзу, а також між Європейським союзом і третіми країнами;

2. На другому етапі (з 1 січня 1994 по 31 грудня 1998 р.) країни-члени ЄС здійснювали політику, спрямовану на досягнення заданих Маастрихтським договором широко відомих критеріїв конвергенції;

3. На третьому етапі (з січня 1999 р.) формування економічного та валютного союзу була реалізована програма введення євро, яка включала три стадії:

1) З 1 січня 1999 р. до 1 січня 2002 р. – було здійснено остаточну фіксацію курсів обміну національних валют країн-учасниць союзу, переведення на євро безготівкових розрахунків банків та корпорацій, перерахунок на євро кредитів і депозитів, довгострокових фінансових зобов'язань, початок роботи Європейського центрального банку;

2) З 1 січня 2002 р. по 1 липня 2002 р. – в готівковий обіг були введені банкноти та монети, номіновані в «євро», а національні валюти країн-учасниць стали поступово виводитися з обігу;

3) З 1 липня 2002 р. – здійснено повний перехід на євро всіх видів операцій та розрахунків усередині Європейського економічного та валютного союзу.

Нині у Європейському союзі євро використовується у 19 країнах, так звана Єврозона. Решта країн ЄС або ще не перейшли до використання євро, або відмовилися від використання євро, як основної валюти.

Процеси приєднання нових країн до членів Єврозони, і як таких в яких національною валютою стане євро тривають і досі. До країн, які бажають приєднатися до Єврозони встановлюються критерії передбачені Маастрихтською угодою і лиш в разі їх чіткого виконання розглядаються заяви щодо приєднання цих країн і введення валюти євро.

Висновки та пропозиції. Європа виконала довгий шлях до укладення валютного союзу і встановлення спільної валюти євро. Треба сказати, що успіх Європейської валютної системи був плодом не тільки і не стільки її внутрішньої досконалості, скільки низки сприятливих зовнішніх обставин, в першу чергу непоганої економічної кон'юнктури і прискорення інтеграційного процесу. В майбутньому можна прогнозувати, що євро і надалі буде такою ж міцною валютою і не втрачатиме своїх позицій щодо долара.

Список використаної літератури:

1. Шнирков О. І. Міжнародні валютні угруповання / Кузнецов О. В., Кульпінський С. В. // - К.: ІМВ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2000. - Ч. 1 : Європейський валютний союз. Конспект лекцій. – 152 с.

2. Euro area statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.euro-area-statistics.org/?cr=eur&lg=en>

Постановка проблеми. В сучасних умовах домінуючою тенденцією у міжнародних відносинах є глобалізація, одним з проявів якої виступає міжнародна міграція робочої сили. Все більшого поширення і значення набуває переміщення людських ресурсів, зумовлене соціально-економічними, військовими, екологічними, етнічними та релігійними чинниками. Міжнародна міграція робочої сили нині охоплює весь світ. Вона є однією з об'єктивних підстав становлення цілісної світогосподарської системи. Водночас проблема вільної міграції є найнебезпечнішою для урядів як в політичному, так і в соціальному аспекті.

Аналіз останніх досліджень. На сьогодні теоретичні проблеми сучасної світової економіки, міжнародних економічних відносин та їх регулювання розглянуті в роботах В.Д. Базилевича, І.І. Дахно, О.Ф. Жукової, Ю.Г. Козака, О.І. Рогача, А.П. Румянцева, А.С. Філіпенка та ін. Особливості становища міжнародного ринку праці у своїх роботах досліджували такі автори, як Н.В. Балюк, Ю. Бендерський, І. Бураковський, Т. Григорець, О. Дергачов, В.В. Зимовець, О. Івченко, Ю. Макогон, А. Мартинов, А. Рубан та багато інших.

Виклад основного матеріалу. Міжнародна міграція існує в різних формах: трудової, сімейної, туристичної тощо. Провідна роль у МЄВ належить трудовій міграції, так званій міжнародній міграції робочої сили. Міжнародна міграція робочої сили посилюється в умовах формування економічних зв'язків у світовому господарстві. Під цим поняттям розуміють переміщення найманих працівників через кордони в пошуках роботи. Це стихійний процес розподілу трудових ресурсів між національними ланками світового господарства. Економічною основою його є відчуження безпосередніх виробників від засобів виробництва, взаємозв'язаність країн та нерівномірність їх соціально-економічного розвитку.

В результаті міграції робочої сили сформувався світовий ринок праці, пропозиція робочої сили на якому залежить від ситуації на внутрішніх ринках праці країн – експортерів і країн – імпортерів робочої сили. Однією з найважливіших особливостей сучасного стану міжнародної міграції є "відплив інтелекту", тобто безповоротна або довготривала еміграція вчених і висококваліфікованих спеціалістів. Основними причинами цього процесу в більшості країн є:

- постійне зниження соціального статусу вченого та спеціаліста;
- те, що результати роботи вчених та спеціалістів часто не знаходять своєї остаточної реалізації;
- бажання покращити своє матеріальне становище;
- більша можливість за кордоном реалізувати свої знання та досвід;
- національна та релігійна нетерпимість;
- зростання безробіття в країні, навіть серед висококваліфікованих спеціалістів.

Нестабільна економічна ситуація в країні, а також вигідні умови найму висококваліфікованих спеціалістів за кордоном сприяють збільшенню масштабів

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

еміграції [1, с. 244-246]. Міжнародна міграція робочої сили набуває глобального характеру. У світі утворилися постійні ринки робочої сили:

- 1) США та Канада;
- 2) Країни Західної і Північної Європи (Німеччина, Англія, Франція, Австрія, Нідерланди);
- 3) Район нафтовидобувних країн Близького Сходу (Об'єднані Арабські Емірати, Катар, Кувейт, Оман, Бахрейн, Саудівська Аравія);
- 4) Латинська Америка (Колумбія, Парагвай, Чилі, Сальвадор).

Своєрідними центрами притоку іммігрантів за останні роки стали Ізраїль, Південно-Африканська Республіка, Південно-Східна Азія (Сінгапур, Гонконг, Японія), Австралія та Нова Зеландія [2, с. 234-236].

Наслідки для країн імміграції:

- країни імміграції мають суттєві вигоди від підготовки спеціалістів іншими країнами;
- фірми країн імміграції мають економію як за рахунок нижчої оплати праці іммігрантів;
- робітники-емігранти сприяють омолодженню структури трудових ресурсів країн імміграції;
- грошові перекази емігрантів на батьківщину сприяють розширенню реалізації товарів країн імміграції за кордоном.

Наслідки для країн еміграції:

- повернення досвідчених кваліфікованих робітників після роботи за кордоном сприяє розвитку національної економіки;
- грошові перекази емігрантів є основним джерелом валютних надходжень [3, с. 58-59].

Нормативно-правова база для імміграції в більшості приймаючих країн представлена величезною кількістю законів і підзаконних актів. Основні риси імміграційного законодавства такі:

- професійна кваліфікація;
- обмеження особистого характеру;
- економічне регулювання;
- часові обмеження;
- географічні пріоритети;
- заборони [4, с. 133].

В умовах тиску з боку профспілок, що бачать у напливі іммігрантів головну причину безробіття, уряди багатьох західних країн з початку 70-х р. стали вживати активних заходів зі стимулювання виїзду іммігрантів назад на батьківщину. Основні традиційні державні заходи рееміграції такі:

- програми стимулювання рееміграції;
- програми економічної допомоги країнам масової еміграції.

Організації, що займаються регулюванням міграційних процесів:

1. МОП – це спеціалізована організація ООН для вироблення конвенцій і рекомендацій з питань трудового законодавства.

Головні цілі і напрямки діяльності МОП:

- розробка міжнародних стандартів з питань праці;
- надання країнам допомоги у вирішенні соціально-трудова проблем;
- проведення досліджень і здійснення публікацій з проблем у сфері праці.

2. МОМ - неурядова міжнародна організація, створена й діюча для розв'язання численних міграційних проблем у сучасному світі.

Головні цілі і напрямки діяльності МОП:

- управління міграцією в інтересах усіх залучених сторін;
- тісна співпраця з урядами країн, представлення та захист інтересів людей, що обрали для себе міграцію як єдиний можливий засіб вирішення своїх проблем;
- попередження і боротьба з негативними міграційними явищами — торгівля людьми, рабство (в тому числі сексуальне) трудових мігрантів [5, с. 371-376].

Висновки та пропозиції. Міграція має суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток. Сучасне становище вимагає чіткої міграційної політики на рівні країни, а також налагодженої системи управління міграційними процесами. Одним з можливих напрямів вдосконалення системи управління міграцією може стати попередня коректування бюджету краю з урахуванням соціально-економічних наслідків міграції. Все вищевказане дозволяє зробити деякі висновки:

1. Міграційні процеси при зниженні їх масштабів визначають в сучасних умовах приріст чисельності населення і є вкрай різноманітними за соціальною, етнічною, демографічному складу мігрантів.

2. Міграційні потоки в різному ступені впливають на соціальне та економічне становище та окремі елементи його соціальної інфраструктури.

3. Система управління міграцією зводиться сьогодні до фіксації прибувають мігрантів та прийняття обмежувальних актів. При цьому не прораховуються наслідки різних видів міграції.

Список використаних джерел:

1. Козик В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб./ Василь Козик, Людмила Панкова, Наталія Даниленко,. -4-те вид., стереотипне. -К.: Знання-Прес, 2003. -405 с.
2. Одягайло Б. Міжнародна економіка : навч. посіб./ Борис Одягайло,. -К.: Знання, 2005. -397 с.
3. Дахно І. Міжнародна економіка : навч. посіб./ Іван Дахно, Юлія Бовтрук,; Міжнар. акад. управл. персонал.. -К. : МАУП, 2002. -214 с.
4. Внешнеекономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов / Под ред. Проф. Л.Е.Стровского. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 2006. – 408 с.
5. Міжнародна економіка : підруч./ Григорій Климко, Віра Рокоча,; Ред. Анатолій Румянцев,; Київський нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. -К.: Знання-Прес, 2003. -447 с.

ФЕНОМЕН НОВИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ КРАЇН: ЕВОЛЮЦІЯ І СУЧАСНІСТЬ

А. А. Ходаківська, студентка*

Керівник чи співавтор Черниш

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

Постановка проблеми. Дана тема, актуальна з наступних причин. По-перше, нові індустріальні країни світу в даний момент знаходяться на піковій стадії соціально-економічного розвитку. По-друге, транснаціональні корпорації нових індустріальних країн є найбільшими в світі виробниками в науково - конструкторській сфері, а також у виробництві автомобілів. Це дозволяє судити про те, що дані ТНК стали двигунами науково технічного прогресу в світі. Проаналізувавши рейтинг країн та територій по розміру ВВП за 2014 р., можна побачити, що країни НІК знаходяться в 20 країн лідерів (Бразилія – 7, Південна Корея – 14 місце, Мексика – 15 місце, Індонезія – 16 місце [1].

Аналіз останніх досліджень. В основу даної роботи було покладено праці різних вчених, дослідників, політологів, а саме, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко, К. С. Солонінко. Також було опрацьовано безліч інтернет – ресурсів, статей.

Виклад основного матеріалу. Нові індустріальні країни (НІК) - група країн, що розвиваються, в яких за останні десятиліття стався якісний стрибок соціально-економічних показників. Економіка цих країн за короткий термін здійснила перехід від відсталої, типової для країн, що розвиваються, до високорозвиненої. 70-80-і рр. ХХ ст. для цих країн були характерні більш високими темпами господарського розвитку, що перевищують аналогічні показники інших країн, що розвиваються і промислово розвинених країн. До них відносять Південну Корею, Тайвань, Сінгапур, Гонконг (азіатські «дракони»); Малайзію, Таїланд, Індонезію, Філіппіни (азіатські «тигри») Аргентиною, Бразилією, Мексикою, Чилі (НІК Латинської Америки).

У 1950-х рр. у Південній Кореї були проведені аграрна («рух за нове село») та економічні реформи. Вони підняли економіку країни на новий рівень. Тайвань у 1960-70 рр. змінив трудомісткі галузі на високотехнологічні виробництва та виводив їх за межі країни. Гонконг протягом останніх двадцяти років розвивався швидкими темпами, забезпечуючи щорічне 5-відсоткове зростання ВВП. Основними секторами економіки стали: виробництво тканин, туризм, електронна промисловість, виробництво пластмас, годинників тощо. Сінгапур завдячує своїм розвитком першому прем'єр-міністру Лі Куан Ю. Завдяки його реформам економіка країни відома як одна з найбільш вільних та найсприятливіша для бізнесу. В Індексі економічної свободи Сінгапур посідає 2-ге місце, поступаючись Гонконгу.

В сучасних умовах економіка Республіки Корея (РК) у 2013 р. демонструвала відносну стабільність і приріст ВВП країни за даними Банку Кореї був зафіксований на рівні 3,0%; зростання ВВП Тайваню в 2015 р. може скласти 3,56% (про це розповіли експерти Інституту економічних досліджень Чжунхуа в опублікованому 16 квітня доповіді). За даними державного департаменту статистики Сінгапуру у 2013 р. валовий внутрішній продукт (ВВП) країни на душу населення становив 33988,51 дол./особу [2].

«Азійські тигри» значно пізніше ніж «дракони» почали модернізацію своєї економіки та структурні реформи господарства, а відтак хоча й мають традиційно високі темпи нарощування основних макроекономічних показників, значно відстають від країн-лідерів Східної та Південно-Східної Азії щодо рівнів ділової активності, залучення інновацій та інших типових індикаторів постіндустріального суспільства.

Найважливішими цілями, які у перші десять років нового тисячоліття треба досягти в економіці країн Південно-Східної Азії, будуть такі:

- подолання демографічної проблеми, пов'язаної з високим рівнем народжуваності;
- збільшення витрат і стимулювання споживання, а також зниження податків для селян, надання їм кредитів та державної підтримки банків;
- реформування банківської та кредитно-фінансової системи, в яких роль уряду є визначальною;
- поступовий перехід країн упродовж 2010-2020 рр. на інноваційно-інвестиційну модель розвитку країн Східної Азії.

Завдяки проведеним реформам зараз дані країни мають наступні результати: Індонезія – у 2012 р. мінімальна заробітна плата робітників в середньому по країні підвищилася на 7% (у 2011 р. - на 5%) і склала 1023,8 тис. індонез. рупій (близько 106,6 дол. США), інфляцію, яка склала 4,3% (у 2011 р. - 3,79%), опинившись нижче запланованого в бюджеті показника у розмірі 5,3% (в переглянutoму бюджеті - 6,8%); Малайзія – фінансовий сектор в умовах негативного впливу зовнішніх факторів зберіг в 2013 р. свою стабільність, а малайзійська економіка демонструє стабільне зростання - темпи зростання ВВП – 4,7%; Філіппіни – зростання ВВП в 2013 р. перевищив заплановані урядом показники і склав 7,2%, що стало кращим після Китаю (7,7%) результатом в Азії; Таїланд – інфляція в 2013 р. склала 2,18%, рівень безробіття в 2013 р. дещо підвищився і станом на кінець року склав 0,8% [2].

Серйозні зрушення в економічному розвитку більшості країн латиноамериканського регіону почалися майже зразу після Другої світової війни. Соціальний стан в регіоні — бідність, хронічне безробіття та аграрне перенаселення — потребували прискорення соціально-економічного розвитку на базі індустріалізації. Стратегією розвитку більшості країн була обрана послідовна індустріалізація з урахуванням національних особливостей. Акцент в економічній політиці був зроблений на імпортозаміщуючу індустріалізацію на базі багатих сировинних ресурсів і за допомогою протекціонізму внутрішнього ринку з одночасним підвищенням експорту товарів і послуг. Також важливим фактором економічного розвитку Латинської Америки в останні десятиліття стало зростання внутрішньорегіональної співпраці, передусім в рамках інтеграційних об'єднань [3].

Як результат, проведених заходів маємо наступні результати: Бразилія – у 2013 р. інфляція склала 5,91%, у 2014 р. ВВП 2,245 трлн дол. США; Мексика – у 2014 р. ВВП 1,26 трлн дол. США, обсяг ППІ в Мексику збільшився з 12,6 млрд дол. США в 2012 р. до 35,2 млрд дол. США в 2013 р.; Аргентина – у 2013 р. загальний зовнішньоторговельний оборот Аргентини збільшився на 5,1% і склав 157,0 млрд дол. США, у 2014 р. ВВП 609,89 млрд дол. США; Чилі – низький рівень безробіття (за європейськими мірками) 6,5%, у 2014 році ВВП 277,199 млрд дол. США [2].

Висновки і пропозиції. Азіатські НІК більш орієнтовані на зовнішні джерела і більш відкриті світовій спільноті, ніж латиноамериканські НІК, які орієнтовані в основному на внутрішні джерела саморозвитку. У цьому проявляється високий ступінь забезпеченості природними ресурсами, характерний для цієї групи країн. Хоча латиноамериканські та азіатські НІК розвивалися різними шляхами, використовуючи різні моделі розвитку, у них є спільні риси: високі темпи зростання досягалися і в тих, і в інших НІК за рахунок високої норми накопичення, використання сучасних технологій, високої продуктивності праці. Проаналізувавши вищенаведені дані можна зробити висновок, що країні НІК у надалі будуть розвивати свій економічний потенціал і в майбутньому вони будуть на рівні високорозвинених країн світу.

Список використаної літератури:

1. Рейтинг стран по уровню валового внутреннего продукта [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info>.
2. Страны мира и торпедства [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ved.gov.ru/exportcountries>.
3. Солонінко К.С. Міжнародна економіка [Електроний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ebk.net.ua/Book/economics/soloninko_me/part3/302.htm.

ЕВОЛЮЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС

Ю. А. Яценко, студентка*

Черниш О. В., к.е.н., доцент

Постановка проблеми. Спільна торговельна політика спрямована на регулювання зовнішніх відносин ЄС. Її мета полягає у сприянні позитивним структурним зрушенням в економіці ЄС, соціальному розвитку та реалізації основних цілей ЄС. Формування спільної торговельної політики відбувалося поступово, починаючи від створення країнами - членами ЄС митного союзу. На цьому етапі виникали певні побоювання щодо самоізоляції інтеграційного угруповання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою формування і реалізації заходів торговельної політики ЄС займалися такі вітчизняні дослідники, як С. Дем'яненко, В. Власова, О. Бородіна, С. Кваша, К. Кваша, В. Білозубенко. Суттєвий внесок в дослідженні торговельної політики ЄС зробили такі зарубіжні вчені: Б. Баласса, В. Вольський, Е. Гааз, К. Дойч, Е. Етціоні, Г. Колодко, Я. Корнаї, В. Кудрова, П. Робсон, Н. Імонія, Я. Інберген, Н. Шапіро, Р. Шуман, Ю. Юданов.

Виклад основного матеріалу. Термін "спільна торговельна політика" вперше з'явився в 1957 р. у Договорі про заснування Європейського Співтовариства. Цей документ чітко не визначає згадане поняття, а лише наводить окремі його елементи. Десмонд Дайнен трактує спільну торговельну політику як зовнішній прояв митного союзу, що став підґрунтям для побудови єдиного ринку й економічного та валютного союзу.

Спільна торговельна політика базується на єдиних принципах щодо тарифних ставок, укладання тарифних і торговельних угод, уніфікації заходів з лібералізації, експортної політики та заходів із захисту торгівлі, зокрема й тих, що були прийняті у випадку демпінгу та субсидування.

Спільна торговельна політика охоплює такі сфери:

- митне законодавство;
- торговельні й митні угоди;
- лібералізацію та протекціонізм (досягнення уніфікації заходів з лібералізації та захисту торгівлі, що мають бути прийняті у разі демпінгу чи субсидування);
- експортну політику.

Спільна торговельна політика характеризується цілями, які передбачають:

- необхідність розвивати торгівлю між країнами-членами і третіми країнами;
- підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- забезпечення потреб Співтовариства щодо постачання сировини та напівфабрикатів;
- уникнення суттєвих порушень у функціонуванні економічних систем країн-членів та забезпечення раціонального розвитку виробництва і розширення споживання в межах Співтовариства.

У розвитку спільної торговельної політики можна виділити такі етапи:

- етап зон вільної торгівлі (1959-1967 рр.) - поступова відміна мит і кількісних обмежень у взаємній торгівлі відповідно до Римських договорів; злиття виконавчих органів Європейського Об'єднання Вугілля і Сталі, Євроатома і Європейської Економічної Спільноти;
- етап митного союзу (1968-1976 рр.) - встановлення спільного митного тарифу щодо третіх країн замість національних тарифів; початок періоду "евроскептицизму", або "евросклерозу";

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

- етап спільного ринку (1987-1992 рр.) - скасування фізичних, технічних і фіскальних бар'єрів у торгівлі між країнами-членами, гармонізація правил економічної діяльності, зближення законодавства;

- етап економічного і валютного союзу (з 1993 р. дотепер) - впровадження спільної валюти, посилення політичної інтеграції відповідно до Маастрихтського договору.

Заходи, спрямовані на усунення бар'єрів у взаємній торгівлі країн - членів ЄС, передбачали повне скасування всіх прикордонних формальностей, національних інструментів контролю за імпортом, у тому числі імпортних обмежень, спрощення правил огляду товарів і транспортних засобів, уніфікацію статистичної звітності, запровадження єдиних санітарних і ветеринарних норм.

Початково ЄС надавав перевагу тарифним угодам, оскільки саме тарифи були основним інструментом та бар'єром у світовій торгівлі. Та згодом торговельні угоди почали охоплювати не лише тарифи, а й інші торговельні заходи, а саме: кількісні обмеження, технічні бар'єри, торговельні режими, торговельні аспекти інвестицій, послуг. Сучасні форми спільної торговельної політики зі складними процедурами та широким інструментарієм формувалися поступово в процесі понад двадцятирічної практики [1].

Розрізняють два види спільної торговельної політики ЄС - автономну та договірну. Автономна політика полягає у виробленні односторонніх положень (ухвал, директив, рішень) Радого ЄС, дія яких поширюється тільки на країни - члени ЄС та, відповідно, на їхніх громадян і є обов'язковою для них. Важливими складовими автономної зовнішньоторговельної політики є запровадження спільного митного тарифу (ст. 9/23 ДЄСП), стандартизація, торговельно-політичні заходи, спрямовані на захист ринку, наприклад, у випадках демпінгу і субсидій, та оскарження підприємства у випадку нечесної конкуренції¹.

Договірна політика стосується дво - або багатосторонніх угод між ЄС і торговельними партнерами та відповідно між ЄС і міжнародними організаціями. При цьому ЄС виступає завжди як єдине ціле [2].

Передбачено такий порядок взаємовідносин між інституціями:

1. Європейська Комісія подає пропозиції щодо спільної торговельної політики, які має затвердити Рада ЄС кваліфікованою більшістю.

2. Європейська Комісія подає Раді ЄС рекомендації щодо початку переговорів про укладення угод з третіми країнами, які вона має схвалити кваліфікованою більшістю.

3. Рада ЄС призначає спеціальний комітет з допомоги Європейській Комісії в переговорах "у рамках директив, які Рада ЄС може ухвалити для цього" (за номером статті комітет отримав назву "Комітет 133").

4. Комітет 133, до складу якого входять представники урядів 27 країн-членів, регулярно зустрічається зі службовцями Європейської Комісії для затвердження стратегії її діяльності.

Свою нову концепцію торгової політики Євросоюз опублікував ще наприкінці 2012 року. Основними завданнями її розвитку на період до 2020 року повинні стати:

1. Збереження і суворе виконання зобов'язань, які ЄС прийняв на себе в рамках угод з третіми країнами на багатосторонньому рівні, включаючи угоди Дохійського раунду переговорів СОТ.

2. Другий блок найважливіших питань і завдань полягає в реалізації нового підходу до країн, у тому числі реформа Генеральної системи преференцій. Це дозволить не тільки врахувати всі вимоги переговорів Доха, але й розширити ініціативи з підтримки інтеграції цих країн у світову економіку.

3. Третім важливим елементом оновленої зовнішньоторговельної стратегії ЄС є пошук ефективних шляхів реалізації інтересів і досягнення компромісу з партнерами на

двосторонньому рівні. Комісар зазначив успішні приклади укладення угод про формування зон вільної торгівлі з такими країнами, як Республіка Корея, Перу, Колумбія і країни Центральної Америки [3].

Нові угоди повинні бути підписані до кінця 2020 року.

Розвиток відкритої торгової політики і міжнародних інвестиційних потоків буде:

- сприяти інтелектуальному зростанню ЄС та поширенню інновацій шляхом усунення бар'єрів у міжнародній торгівлі для товарів і послуг та для інвестицій. Сильніші торговельні відносини повинні, зокрема, дати доступ Європейським підприємствам до державних закупівель та науково-дослідних програм в третіх країнах;
- супроводжуватися соціальною політикою в ЄС і по всьому світу.
- сприяти «зеленому зростанню» в ЄС і в усьому світі. Торговельні угоди повинні забезпечити ефективне використання природних ресурсів та охорони навколишнього середовища.

Висновки та пропозиції. Розвиток торговельних відносин в рамках регіонального об'єднання надає можливість країнам-учасникам більш ефективно проводити трансформацію виробничого сектора та підвищувати свою конкурентоспроможність на світових ринках, виходячи з національних і регіональних інтересів. Спостерігається тенденція поступового стирання економічних бар'єрів між ЄС та іншими країнами. Національні ринки більшості європейських країн наростаючими темпами втягуються в зону безпосереднього впливу інтеграційного угруповання ЄС, що призводить до поширення умов функціонування його ринку на національні ринки "третіх" країн.

Список використаних джерел:

1. Єгоров О.Б. Митна економіка (Україна – СОТ – ЄС): посіб. / О.Б.Єгоров. – Одеса: ПЛАСКЕ ЗАТ, 2010. – 226 с.
2. Корден М. Торговая політика и экономическое благосостояние / М.Корден [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.seinstitute.ru/Files/Veh6-39_Corden.pdf.
3. Trade policy serving the Europe 2020 strategy [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/eu2020/em0043_en.htm.

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ КРАЇН БРІКС

І. А. Сич, студентка*

О.В. Черниш, к.е.н., доцент

Постановка проблеми. В умовах активізації інтеграційних процесів у сучасному світі відбувається оновлення старих і виникнення нових інтеграційних угруповань, диверсифікація їх організаційних форм, еволюція в напрямку більш глибокого поділу праці у форматі регіональних економічних зв'язків. Сучасні ТНК, концентруючи науково-технологічні, виробничі, фінансові ресурси, демонструють гнучке пристосування до ринку, сприяють зростанню продуктивності праці, становленню ефективного корпоративного менеджменту, збільшенню національного доходу країн і сукупного суспільного продукту. Водночас, їх розвиток призводить до посилення протиріч між інтересами ТНК і приймаючих країн, провокує економічні, соціальні і екологічні конфлікти. На даний час спостерігається стійке зростання

* Науковий керівник – к. е. н., доцент О. В. Черниш

конкурентоспроможності невеликої групи ТНК країн БРІКС. Базою даного процесу є інвестиційна діяльність транснаціональних корпорацій на основі укладення угод злиття та поглинання і інвестицій у нові проекти. У зв'язку з цим набуває актуальності дослідження дії факторів економічного розвитку країн БРІКС, напрямів та закономірностей їх інтеграції та її впливу на світовий економічний простір.

Аналіз останніх досліджень. Складні проблеми транснаціоналізації, окремі аспекти діяльності сучасних ТНК досліджували в своїх роботах такі зарубіжні та вітчизняні науковці як: В. Базилевич, О. Білорус, В. Білошапка, А. Гальчинський, Д. Лук'яненко, В. Новицький, О. Плотніков, О. Рогащ, С. Якубовський та інші. Серед зарубіжних вчених відзначаються дослідження І. Ансоффа, Р. Вернона, Р. Коуза, П. Кругмана, Дж. Мак-Дональда, К. Омае, М. Паркера, Дж. Стопфорда, А. Сутуліна, В. Щетиніна та інші. Проте, окремі аспекти є недостатньо розкритими і потребують нових теоретико-методологічних підходів щодо їх розв'язання. Потребують поглиблення питання щодо визначення ключових тенденцій розвитку країн БРІКС у світовій економіці за умов посилення транснаціоналізації.

Виклад основного матеріалу. За останні десять років країни, що розвиваються показали вищі темпи розвитку в порівнянні з розвиненими країнами. ТНК країн, що розвиваються постійно удосконалюють свої стратегії, що дозволяє їм на рівні конкурувати зі світовими гравцями. Країни, що розвиваються, чинять радикальний вплив на зміну конкурентної структури та основ глобальних галузей. Із постійним зростанням попиту дані економіки пропонують нові бізнес можливості та демонструють випереджаючі показники міжнародної торгівлі та припливу інвестицій. Економіки країн, що розвиваються виступають важливим джерелом як стабільності так і відновлення економічної діяльності компаній, посилення потужності галузей і національних економік країн після кризового періоду [1].

Серед основних економічних характеристик діяльності ТНК країн БРІКС на світовій економічній арені виділяються динамічно зростаючі показники їх участі в міжнародному русі капіталу. Крім того, країни БРІКС вважаються одними з кращих для вкладення капіталу. Компанії країн БРІКС примножують, інвестують і залучають значну кількість активів як у межах країн базування, так і закордоном. Залученість компаній країн, що розвиваються, до процесів злиття та поглинань постійно зростає; даний вид угод стає важливим джерелом іноземних інвестицій. Такі угоди зазвичай відбуваються у безпосередній географічній близькості, поглиблюючи регіональні економічні зв'язки та прискорюючи інтеграцію країн з низьким рівнем розвитку до глобального простору [2].

Злиття переважно мають місце в тих галузях, де лідируючі позиції належать компаніям розвинених країн, наприклад, галузь інформаційних технологій, телекомунікаційна галузь і галузь промислових товарів. Яскравим прикладом співпраці було злиття китайського гіганту CNOOC та Unocal Corp у 2005 році, вартість угоди складала 18 блн. дол. У 2006 р. індійська Tata Steel поглинула нідерландську сталеливарну компанією Corus-вартість угоди 7,6 блн. дол. Подібного роду процеси охопили і інші країни: у 2009 р. мало місце поглинання російським Лукойлом нідерландської Total Raffinaderij, індійська Tata Motors уклала у 2008 угоду про поглинання з Jaguar, Bharti Airtel (Індія) у 2010 р. додала до свого інвестиційного портфелю головного телекомунікаційного провайдера Кувейту Zain [3].

Таблиця 1

Секторальна спрямованість ІІІ ТНК країн БРІКС

	Бразилія	Росія	Індія	Китай	ПАР
ІІІ (блн.дол.) 2013р.	64,4	81,9	6,6	38,8	28,8
Частка у ВВП країни	10,7%	14,0%	1,0%	2,4%	13,5%

Сектори	енергетичний, гірничий, сфера послуг	видобуток нафти, газу, чорних металів, виробництво	фармацевтичний агропромисловий, телекомунікації, ІТ-сектор	торгівля, сфера послуг, виробництво, видобуток нафти, газу, ІТ-сектор	видобуток ресурсів, фінансовий
Отримувачі	Латинська Америка, офшорні зони, США, Великобританія, Португалія, Нідерланди	ЄС, США, Центрально-східна Європа	США, РФ, офшорні зони, Південно-Східна Азія, Шрі-Ланка, Великобританія	США, Японія, Австралія, Німеччина	Сусідні країни
ТНК	Petrobras, Odebrecht, Embraer	Lukoil, Norilsk, Nickel, Novoship	NIIT Ltd., Usha Martin, Ranbaxy	China Ocean Shipping Grp, CNOOC, China National Cereals, Oils & Foodstuffs Corp., Lenovo	Illovo Sugar, MTN, AngloGold Ltd

Джерело: складено автором на основі даних UNCTAD[4] та World Investment [5]

Поступово компанії країн БРІКС переходять зі статусу регіональних корпорацій у глобальні ТНК. Деякі вже на даний момент мають достатню кількість атрибутів глобальності: світові бренди, велика кількість висококваліфікованих кадрів і конкурентні бізнес-моделі. Для прикладу: російська компанія Лукойл, китайська СІТІС і COSCO, індійська ТАТА, бразильська Vale S.A., SASOL із ПАР і ряд інших. Більшість ТНК залучені до глобальної конкуренції, яку умовно можна поділити на два типи: конкуренція за присутність на національних ринках різних країн і досягнення там вигідної конкурентної позиції серед інших глобальних лідерів; і конкуренція за нові технології і отримання переваг на основі наявних ресурсів і підприємницьких можливостей для успішної конкурентного протистояння в майбутньому. Конкурентоспроможність стає важливим показником ефективності глобального виробництва та діяльності ТНК. Поєднання інтелектуального потенціалу однієї корпорації з виробничими можливостями та розгалуженою мережею каналів розподілу іншої дозволяють нарощувати потенціали обох корпорацій [2].

Висновки та пропозиції. Таким чином, підсумовуючи проведений аналіз останніх тенденцій і перспектив розвитку прямих іноземних інвестицій можна зробити наступні висновки. ТНК країн БРІКС за умов глобалізації зорієнтовані на експансію через угоди злиття та поглинання і угоди інвестування під нові проекти (greenfield investment), що дає змогу їм отримувати доступ до стратегічно важливих активів, досягати синергетичного ефекту за рахунок зменшення витрат через економії на масштабах, залучати інновації та фінансові активи, що у поєднанні із вже існуючими конкурентними перевагами корпорацій сприяє посиленню їх присутності на глобальних ринках чи створенню нових конкурентних переваг. Отже, найбільшими викликами для ТНК країн БРІКС є створення стійких конкурентних переваг на глобальних ринках. Ключем до успіху для даних корпорацій є здатність розглядати глобальну конкуренцію.

Список використаної літератури

1. Транснаціональні корпорації: основні етапи розвитку та регулювання їх діяльності в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Е. М. Лимонова, К. С. Архіпова. Режим доступу: <http://duep.edu/uploads/vidavnitstvo14/evrvek11614/7259.pdf>.

2. Транснаціональні корпорації в аспекті розвитку глобалізаційних процесів [Електронний ресурс] / Н. К. Болгарова, Т. М. Паневник. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=445>.
3. Кузнецов А. Транснациональные корпорации стран БРИКС // Мировая экономика и международные отношения / А. Кузнецов. - Москва, 2012. С. 3-11.
4. World Investment Report 2012: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. — UNCTAD, United Nations. New York and Geneva, 2012. P.170.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

О. В. Шевчук, студентка*

Постановка проблеми. За міжнародним поділом праці Україна визначена як держава, що має значний потенціал у сфері агропромислового комплексу. З іншого боку, Україна має значний туристичний потенціал і, відповідно до останніх заходів законодавчої і виконавчої влади повинна розширювати туристичну інфраструктуру. Сучасний досвід та наукові дослідження засвідчують, що прискорений розвиток сільського зеленого туризму може відігравати роль каталізатора структурної перебудови економіки та забезпечити демографічну стабільність та розв'язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості. Україні стратегічно важливо швидко подолати відставання в цій сфері і реалізувати наявний багатий туристичний потенціал шляхом проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні.

Завдяки активній науковій і організаційній діяльності українських спеціалістів розвиток сільського туризму активізувався, створення нових агроосель свідчить на користь цього. Але після того, як підприємство сільського туризму організоване, перед ним постають нові проблеми, пов'язані вже з процесом господарювання. Однією з таких проблем (як і в будь-якому іншому виді підприємництва) є наявність конкурентів. Питання конкурентних стратегій підприємств сільського туризму поки що не достатньо вивчене. Актуальність теми полягає в тому, що підприємства сільського туризму, не зважаючи на очевидне віднесення до підприємств малого бізнесу, стикаються з проблемами, що постають перед великими готелями і туроператорами, з якими їм необхідно конкурувати.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями сільського зеленого туризму займаються як вітчизняні вчені-економісти, туризмознавці Зінько Ю., Васильєв Н., Кудла Н., Кудінов І., Головка Л., Алексєєв Ю., Євдокименко В., Корлоль А., Мікловда В., Пітюлич М., Соколенко С., так і закордонні Дроздов А., Квартальнов В., Кифяк В., Медлік С., Роглев Х., Сергєєва Т., Ейтінгон А., Храбовченко В., Рутинський М., спеціалісти Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (голова спілки Васильєв Н.). Займаються цими проблемами і спеціалісти Всесвітньої туристичної організації. У той же час в Україні сільський туризм як окремий вид почав

* Науковий керівник – к. е. н., доцент І. Ф. Грабчук

розвиватись лише після отримання незалежності, а в більшості областей перебуває в зародковому стані. Потребують подальших досліджень питання понятійного апарату, шляхи підвищення конкурентоспроможності таких підприємств і забезпечення їх стабільної роботи тощо.

Результати дослідження. За останні роки вітчизняні фахівці зробили великий внесок у розробку теоретичної бази сільського туризму. Зокрема, виокремлено поняття „сільський туризм”, „екологічний туризм”, „аграрний туризм”, розроблено багато рекомендацій щодо організації бізнесу агроосель, альтернативні шляхи фінансування і т. ін.

Для України, яка має значний аграрний сектор, створення підприємств сільського (зеленого) туризму є досить економічно привабливим шляхом розвитку сільської місцевості. На конкурентоспроможність сільського туризму, як в Україні, так і в більшості країн світу, впливають певні чинники (рис. 1).



Рис.1. Чинники впливу на конкурентоспроможність сільського туризму в Україні

Через забруднення навколишнього середовища і збільшення темпу життя в містах, багато міських жителів виявляють бажання відвідати для відпочинку ті місця, які відзначаються чистотою природи та помірним темпом життя. Під час відпочинку в широті постійного місця проживання не потрібно звикати до змін клімату та часу, що є важливим для дітей молодшого віку. На Житомирщині потужний історико-культурний і природно-ресурсний потенціал, який практично не використовується в рекреаційно-туристичній діяльності. Даний регіон має вигідне географічне положення - близьке розташування від столичної агломерації і в той же час вона є прикордонною. Сільський туризм може стимулювати розвиток сільської місцевості: сприяти стабілізації економіки і покращити демографічну ситуацію внаслідок закріплення на селі населення молодших вікових груп, а також певного перерозподілу грошових потоків від міської частини населення до сільської.

У сільському туризмі поряд із перспективами існують і певні проблеми, без вирішення яких розвиток даного виду туризму в регіоні значно стримується. Існуючі проблеми можна поділити на види: проблеми, які виникають на кожному конкретному підприємстві та загальногалузеві проблеми регіону.

Джерелом проблем на підприємствах, як правило, є відсутність інформації (іноді, навіть, загальновідомої) у жителів сільської місцевості та відсутність грошових коштів для розвитку бізнесу. Через відсутність інформації, певних знань і навичок у сфері управління підприємством, керівники агросадиб допускають помилки, на виправлення яких необхідні додаткові кошти, час і зусилля.

Для активізації розвитку сільського зеленого туризму в області необхідне виконання певних заходів (рис. 2).



Рис.2. Заходи активізації розвитку сільського туризму

Однак, щоб перетворити потенційного споживача на реального цього не досить, потрібно використовувати, так звані, «анімаційні послуги». Анімаційні послуги в сільському туризмі мають великий потенціал. У більшості агросадиб для розважання гостей традиційно використовують заходи, які можна умовно згрупувати так:

- заходи, в основу яких покладені національні традиції;
- заходи, оснований на проживанні в сільській місцевості,
- екскурсії.

Перша група анімаційних послуг, як правило, набирає форми театралізованих національних свят, які заздалегідь включаються в тур. У випадку, якщо в регіоні сконцентровано багато агроосель, то є можливість організації сумісних театралізованих ярмарків. Досить цікавими для туристів є і козацькі турніри. Театралізовані вистави можуть не лише зустрічати і проводити туристів, а і супроводжувати їх протягом усього туру у вигляді перевдягнених офіціанток, покоївок, музик.

Певною популярністю користуються анімаційні послуги, оснований на особливостях проживання в сільській місцевості. Ініціативу розробки таких послуг, як правило, проявляють самі туристи, як наприклад; подоїти корову чи взяти участь у

приготуванні їжі. Найпоширенішими розвагами цієї категорії є рибалка, полювання, збирання ягід, грибів, катання на конях і т. ін. Дана категорія є найменш витратною для підприємств сільського туризму, тому подібні послуги надають майже всі агрооселі.

Невід'ємною частиною будь-якого туру є екскурсії. Доречне розташування агрооселі на шляху популярних туристичних маршрутів або на незначній відстані від екскурсійних об'єктів. Це дає додаткові можливості для приваблення туристів до агрооселі.

Існує ще одна група анімаційних послуг, яка поки-що недостатньо розроблена підприємствами сільського туризму. Це організація спортивних заходів. Спортивні змагання, фестивалі, школи спортивного туризму на базі підприємств сільського туризму можуть привабити новий для даного виду туризму сектор споживачів - молодь. Цікавим є досвід використання при створенні анімаційних програм елементів змагань пішохідного, велосипедного, лижного, водного туризму, особливо тих, що не вимагають спеціальної підготовки, як з боку організаторів, так і учасників. Нескладні ділянки перешкод, які відповідають рівню 1-го класу і включають 4-5 етапів: вертикальні перила, купини, перехід через болото, маятник, навісна переправа, конкурс вузлів тощо.

Таким чином, напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств сільського туризму включають в себе різноманітні заходи для його активізації: пошук налагодження контактів із сільськими жителями, розробка екологічних та соціальних «правил поведінки» для виробників і споживачів «зеленого туризму», підготовка методичних рекомендацій для потенційних виробників «зеленого туристичного продукту», розробка механізму створення, сертифікації та просування на ринок його послуг, створення комп'ютеризованої бази даних тощо. Важливо, що такі заходи не потребують великих витрат, хоча бажано, щоб до їх організації взагалі та суддівства, зокрема, запрошувались професіонали. Додаткові витрати на оплату їх праці, як правило, збільшують загальну вартість туру лише на 2-5%.

Література

1. Васильєв В. П. Бібліотечка власника садиби. Сільський зелений туризм або відпочинок у селі. Поради початківцям / В. П. Васильєв // Туризм сільський зелений. – 2006. - № 1. – С. 23 – 27.
2. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
3. Коваль П. Ф. Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому / П.Ф. Коваль, Г. П. Андрєєва // Вісник ДІТБ. – 2008. - №12. – С. 199 – 204.
4. Рутинський М.Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
5. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму: навч. посіб. / І. В. Смаль. – Ніжин: НДПУ ім. М. Гоголя, 2004. – 264 с.
6. Роїн О. М. Туристична діяльність. Нормативна база / О. М. Роїн. – К.: КНТ, 2005. – 448 с.

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ВИРІШАЛЬНИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вступ. Проблеми економічного зростання та економічного розвитку тісно переплітаються та є взаємозалежними із проблемами навколишнього середовища і раціонального природокористування. Без захисту природного середовища руйнуються основи виживання людства, а без економічного зростання неможливо досягти стійкого розвитку. У цьому зв'язку постає проблема перетворення конкурентних відносин та формування нової парадигми конкурентоспроможності на якісно новій науково-методичній та організаційно-економічній основі, оскільки конкурентоспроможність є водночас і умовою і наслідком розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Українські вчені приділяють увагу дослідженню екологічних факторів економічного розвитку, їх впливу на конкурентоспроможність підприємств і національної економіки. Зокрема, можна назвати таких вчених, як О. І. Амоша, О. О. Веклич, Т. П. Галушкіна, Б. М. Данилишин, С. І. Дорогунцов, С. М. Ілляшенко, В. С. Міщенко, Л. Г. Мельник, І. В. Петенко, О. В. Прокопенко, А. А. Садеков, О. В. Садченко, В. І. Саллі, С. К. Харічков, Т. Ю. Туниця, Є. В. Хлобистов, М. А. Хвесик, Л. Б. Шостак.

Результати дослідження. В умовах існуючої системи економічних відносин урахування екологічного фактору у процесі становлення та функціонування економічних систем створює протиріччя, яке є стереотипним і таким, що перебуває лише у нашій викривленій свідомості, не узгоджуючись із фундаментальними основами життя та розвитку. Гуманістичний світогляд, нова концепція екологічно сталого розвитку та механізми її реалізації передбачають зовсім інші принципи діяльності. Ці принципи повинні стати основою побудови та функціонування економічних систем різних ієрархічних рівнів.

Проаналізуємо конкурентоспроможність України з урахуванням екологічного фактору. Індекс глобальної конкурентоспроможності України, розрахований світовим економічним форумом, збільшується протягом 2004-2013 рр. (рис. 1.).

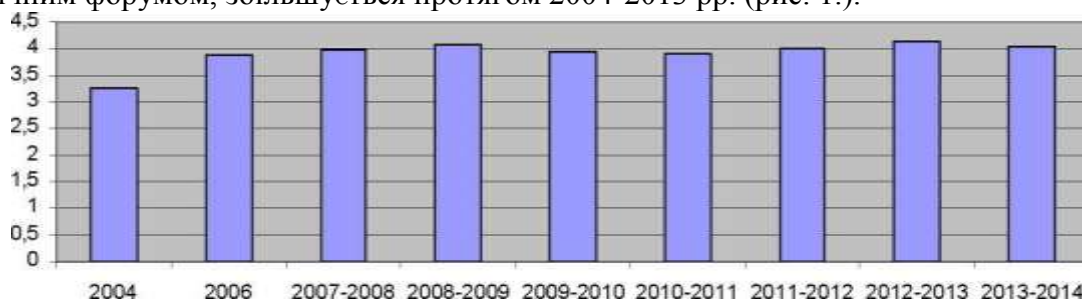


Рис. 1. Динаміка індексу глобальної конкурентоспроможності

Доцільно зауважити, що показники соціально-економічного розвитку України, розраховані Державним комітетом статистики, взагалі не враховують комплексних показників екологічного становища України.

Стан довкілля, його ресурси в комплексі із технічною і технологічною оснащеністю економіки вже найближчим часом мають стати основним джерелом підтримки сталого розвитку держави [2, с. 102]. Сьогодні в умовах переходу суспільства до сталого розвитку збагачення теорії конкурентоспроможності відбувається в напрямі інтеграції екологічного фактору у систему її забезпечення.

Складові екологічного наповнення системи зовнішнього середовища підприємства наведено на рис. 2.

* Науковий керівник – д. е. н., професор Н. В. Зіновчук

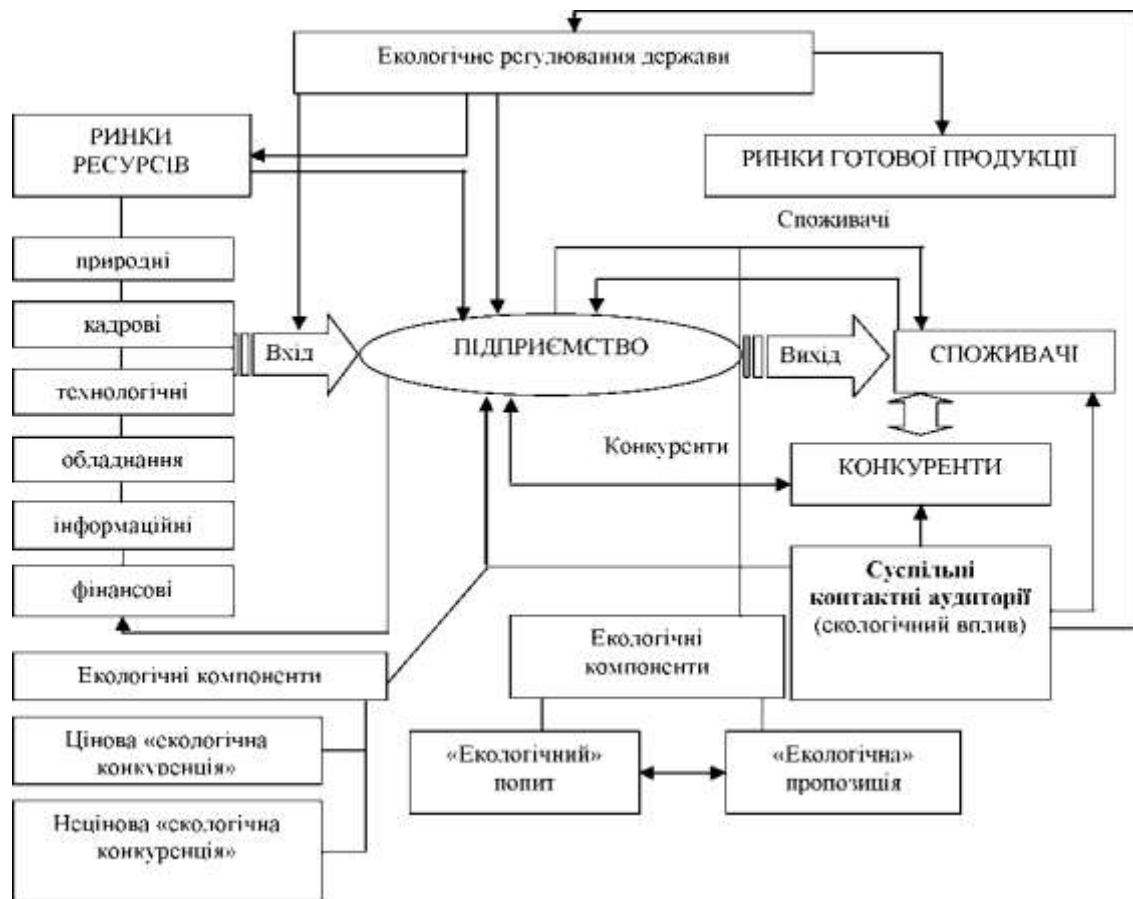


Рис. 2. Екологічне наповнення системи зовнішнього середовища підприємства

У науковій літературі існує низка точок зору щодо наявності чи відсутності системних основ конкурентоспроможності чи підприємства, але при цьому не конкретизовано роль екологічного фактору у системі забезпечення конкурентоспроможності. Разом з тим розвиток підприємства у сучасних умовах повинен базуватися на всебічному врахуванні екологічного імперативу.

Тому конкурентоспроможність підприємства і продукції повинні враховувати екологічний фактор. На основі такого підходу було сформовано поняття екологічно орієнтованої конкурентоспроможності підприємства.

Екологічно орієнтована конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства формувати та реалізувати власний потенціал на кожному з етапів свого життєвого циклу з метою випуску конкурентоспроможної продукції на основі максимального врахування всієї сукупності системних відносин та зв'язків підприємства з навколишнім природним середовищем.

Нами доповнено класифікацію конкурентоспроможності за такими класифікаційними ознаками:

- 1) за етапами життєвого циклу підприємства;
- 2) за масштабом охоплення життєвого циклу підприємства;
- 3) за горизонтом планування;
- 4) за об'єктними складовими;
- 5) за масштабом урахування екологічного фактора;
- 6) за ступенем екологічної безпеки.

Системна стійкість, конкурентоспроможність та розвиток є взаємопов'язаними категоріями. Системна стійкість підприємства є результатом реструктуризації підприємств на основі урахування загальносистемних зв'язків та адекватного синтезу

його системних елементів із даними зв'язками та відносинами. Системна стійкість забезпечує підприємству певну величину конкурентоспроможності.

Виходячи із визначення поняття екологічно орієнтованої конкурентоспроможності підприємства, властивостями підприємства, яке досягло екологічно орієнтованої конкурентоспроможності, на нашу думку, є:

- просторова орієнтація підприємства (цільовий ринок, галузева приналежність, мікросередовище, регіональні особливості та ін.);
- ієрархічність (конкурентоспроможність факторів виробництва, товару, підприємства, галузі, регіону, держави);
- системність (врахування дії максимально можливої кількості факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства у процесі реалізації стратегії тощо);
- унікальність (наявність організаційних ноу-хау - знання напрямків раціоналізації структури підприємства у відповідності до його внутрішньої тенденції розвитку);
- динамічність (трансформування конкурентоспроможності із короткострокової у стратегічну, збільшення її величини за етапами життєвого циклу підприємства та ін.);

Наш підхід до конкурентоспроможності підприємства враховує також синергетичні принципи розвитку. Конкурентоспроможність як категорія є діалектичною єдністю раціональної структурної організації та ідентичності життєвого циклу підприємства іманентній йому тенденції розвитку. Раціональність початкової структури системи є незмінною з погляду вектору розвитку підприємства.

Конкурентоспроможність розвитку підприємства складається з величин структурної конкурентоспроможності підприємства на етапах його життєвого шляху, які містять оцінку відхилення заданих показників життєвого циклу та вектору розвитку підприємства від фактичних. Для планування розвитку підприємств постає завдання визначення кількісних характеристик внутрішньої структури підприємства.

Висновки. Таким чином загальновизнаним є той факт, що саме екологічно безпечна основа розвитку підприємств є передумовою їх конкурентоспроможності у конкретних умовах місця та часу. Тому екологізація підприємства є вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Список використаних джерел

1. Василенко В. А. Стратегічне управління: навч. посіб./ В. А. Василенко, Т. І. Ткаченко – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
2. Ковальчук І.В. Економіка підприємства. навч. посіб./ І. В. Ковальчук - К.: Знання, 2009. – 679 с.
3. Смолін І. В. Конкурентоспроможність підприємств: навч. посіб. /І. В. Самолін – К., 2006. – 204 с.

УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНОЮ ЛОГІСТИКОЮ В МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Незважаючи на визначені напрямки подальшої діяльності держави в даний час розвиток міжнародних перевезень потребує великої уваги. Адже слід пам'ятати про те, що перевезення у міжнародному сполученні є важливим джерелом фінансових надходжень до бюджету, експорту послуг, створення додаткових робочих місць тощо. Вирішення пріоритетних проблем розвитку національного транспорту знаходять найбільш повне відображення у сфері міжнародних перевезень пасажирів та вантажу. Вступ України до Світової організації торгівлі, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, міжнародного туризму, ділових, культурних, спортивних, науково-технічних та інших видів міжнародних зв'язків, кількісне та якісне збільшення парку транспортних засобів, удосконалення шляхів сполучення і організації перевезень сприяють зростанню їх обсягів. Тому основним напрямком державної політики розвитку міжнародних перевезень має стати підвищення якості надання послуг у даній сфері. А для цього необхідно докорінно проаналізувати ситуацію, що склалася на ринку перевезень у міжнародному сполученні, визначити ряд найсуттєвіших проблем і потім вже починати діяти у вірному напрямку з націленням на ефективний результат.

Аналіз останніх досліджень. Питання розвитку сучасної логістики, логістичних організації в цілому мають непогане опрацювання у вітчизняній та зарубіжній літературі (Анікін Б.А., Крикавський Є., М. Крістофер, Міротін Л.Б., Іванов Д.А., Окландер М.А., Пономарьова Ю.В., та ін.). проблемам трасоптної логістики присвячені праці таких науковців як: Зеркалов Д.В., Товкун Д. Л. Сокур І.М. Смирнов І.Г., Череп О.Г. Однак, вивченню чинників та тенденцій розвитку сучасної міжнародної транспортної логістики та питанням глобальної логістики приділялося істотно менше уваги, що спонукує нас зосереджувати на цьому свою увагу.

Метою дослідження є розкриття особливостей транспортної логістики міжнародних перевезень, розробка шляхів та тенденцій підвищення її ефективності з використанням відповідних підходів. Застосування покращених технологій міжнародних перевезень на транспорті в умовах зовнішньоекономічної діяльності.

Основний матеріал дослідження. Поняття "Транспортна логістика" – відносно нове для українських учасників зовнішньоекономічної діяльності, хоча визначень йому дано немало, і обговорювалося воно неодноразово. Транспортна логістика це організація та здійснення процесу доставки товару з мінімальними затратами, максимальною цілісністю у чітко визначений термін. [5, с. 55]. Транспортування як частина логістичної системи передбачає: характеристики кожного виду транспорту та його здатності здійснити перевезення, забезпечення цілісності об'єкта перевезення, оформлення транспортної документації; розклад руху та розрахунок витрат на перевезення і т.д. [4, с. 14].

Ефективність транспортних перевезень багато в чому залежить від організації процесу та здійснення управлінських операцій в ньому. А здійснення раціонального управління пасажиро- і вантажопотоком шляхом комплексного вирішення проблем та зниження загальних витрат є завданням саме логістичного управління. Розвиток логістики стимулює необхідність швидкого реагування виробників на кон'юнктуру ринку, породжує прагнення за короткий термін адаптуватися в нових умовах. Основні цілі логістики коригуються у зв'язку з розвитком інтеграційних процесів у світовому економічному просторі. Відтак створюється простір для впровадження міжнародних логістичних систем. Глобальною метою транспортної логістичної системи є забезпечення прогнозованого, стійкого і надійного обслуговування, відповідно, за

* Науковий керівник – к. е. н., доцент І. І. Кравчук

доступними цінами, а також створення високоякісної системи матеріально-технічного забезпечення.

Сучасні підприємства України для успішного конкурування в складних ринкових умовах мають постійно шукати нові шляхи та методи щодо підвищення власної конкурентоспроможності не тільки на вітчизняному ринку, але й на іноземних ринках; виникає потреба в розробці стратегічних планів зовнішньоекономічної діяльності, які є потенційно прибутковими та конкурентоспроможними на міжнародних ринках. В умовах глобального кризового становища українській компанії, що здійснює ЗЕД, необхідно впроваджувати стабільну систему логістичного управління. Логістичне управління на підприємствах, що здійснюють ЗЕД, має велику значимість через те, що ці підприємства мають вихід на світовий ринок, тобто вони представляють Україну в системі міжнародного поділу праці. Ці підприємства конкурують не тільки із підприємствами в межах своєї країни, але й з цілим світом [2, с. 120].

Управління транспортною логістикою в міжнародних перевезеннях в умовах ЗЕД повинно базуватись на чітко визначеній стратегії, яка повинна превентивно змінюватися адекватно змінному зовнішньому середовищу. У кожному конкретному випадку способи підтримки обсягів продажів, виходу на нові сегменти ринку, оптимізаційні інструменти – специфічні для кожного конкретного підприємства. У будь-якому випадку, в сучасних умовах, підприємство потребує ретельного аналізу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Це є підготовчим етапом у розвитку та вдосконаленні стратегії: здобуття найдостовірнішої інформації, необхідної для ухвалення рішень.

Застосування логістики полегшує прийняття ефективних рішень на основі комплексного підходу до всіх ланок виробничо-транспортного процесу. Перш за все, це відноситься до перевезень і навантажувально-розвантажувальних засобів; досягається більш досконале пристосування інформації до процесу управління і прийняття рішень; з'являється можливість комплексного програмування технологічних процесів у виробництві на транспорті.

Для успішного впровадження логістичного управління підприємству необхідно виконати ряд заходів, найбільш важливими з них є:

- впровадження концепції логістичного управління на всьому логістичному ланцюзі;
- розробка спеціалізованого для кожного типу підприємства програмного забезпечення;
- проведення реформування керуючої та керованої системи на підприємствах з метою впровадження нової концепції управління;
- наявність кваліфікованих кадрів.

До вирішення глобальних задач логістики відноситься саме досягнення максимального ефекту з мінімумом витрат при нестабільності ринку транспортних послуг. За умов планової економіки практично не було реальної можливості застосувати прогресивні технології. Сучасні ж умови лише заохочують до певних змін у міжнародних перевезеннях.

Логістичне управління має базуватися на основних принципах логістики: оптимальних витрат, координації, інтеграції, використання теорії компромісів для перерозподілу витрат, відмови від випуску універсального транспортного та підіймально-вантажного обладнання, стійкості та адаптивності тощо. Виходячи з вищезазначеного, ми розглядаємо логістичне управління на підприємстві - суб'єкті ЗЕД як оптимізацію та взаємозв'язок матеріальних та супутніх потоків, що входять та виходять з підприємства-суб'єкта ЗЕД як за межі даної країни, так і в її межах. Це дозволяє оптимізувати потоки в середині самого підприємства, що здійснює ЗЕД [1, с. 202].

Таким чином основні задачі міжнародних перевезень потребують логістичного управління. Проблематика даної ланки автомобільних перевезень нашою є на величезну купу підводного камення, яку негайно потрібно розгрібати.. Рациональна організація міжнародних перевезень в процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності та їх правове забезпечення є актуальним питанням і потребує науково-практичних методів вирішення шляхом оптимізації процесів логістичного управління. У майбутньому транспорт повинен розвиватися за рахунок інтенсивних чинників, удосконалення структури пасажиро- і вантажообігу, скорочення матеріальних ресурсів, витрат на перевезення, поліпшення всіх основних техніко-економічних показників роботи транспорту.

Список літератури

1. Денисенко М.П. Організація та проектування логістичних систем. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 332с.
2. Зеркалов Д.В. Международные перевозки. Терминология. – К.: Основа, 2004. – 512 с.
3. Крикавський Є. В. Логістика в стратегії економічного розвитку. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2002. – 67 с.
4. Сокур І.М. Транспортна логістика: навч. посіб./ І.М. Сокур, Л.М. Сокур, В.В. Герасимчук. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 222 с.
5. Карабін Л. О. Логістичне управління процесами перевезень пасажирів у міжнародному сполученні // Вісник «Львівська політехніка» №5, 2009. – С. 55-59.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПТАХІВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Х. С. Яцук, магістрантка*

Актуальність дослідження. Обґрунтування перспективних параметрів виробництва окремих видів продукції, яке є необхідним елементом розробки стратегії розвитку відповідної галузі в регіоні, повинно опиратися на визначення внутрішньої потреби у цій продукції. Прогнозуючи потребу в продукції птахівництва необхідно враховувати рівень насиченості продовольчого ринку, рекомендовані норми споживання продовольства, взаємозаміну окремих його видів, динаміку реальних доходів населення та структуру його споживчих витрат.

Результати досліджень. В Україні без розвитку промислового птахівництва практично відсутня можливість вирішення проблеми досягнення раціональних норм споживання населенням м'яса і м'ясопродуктів. З розрахунку на одну особу споживання м'яса птиці протягом року повинно бути доведено до 25 кг, тобто порівняно з існуючим рівнем його слід збільшити на 60 % [1]. Вважаємо, що у Житомирській області ця проблема може бути повністю вирішена до 2020 р. Виходячи з цього, виробництво м'яса птиці (у забійній вазі) в області необхідно збільшити до 63,7 тис. т на рік [2].

Для досягнення запланованих показників в Житомирській області необхідно реконструювати наявні виробничі потужності, що простоюють, і збудувати нові

* Науковий керівник – д. е. н., професор В. В. Зіновчук

бройлерні комплекси. Модернізація законсервованих бройлерних комплексів на основі новітніх технологій з використанням високопродуктивної птиці та збалансованого корму промислового виготовлення може забезпечити виробництво м'яса птиці обсягом 13,6 тис. т на рік [3].

В Україні досягнута мінімальна норма споживання населенням харчових яєць (231 шт. на одну особу в рік). Житомирська область упритул наблизилася до цього показника. Для досягнення раціональної норми споживання (290 шт. на одну особу в рік) обсяги виробництва яєць повинні зростати, однак уже сьогодні реальною є проблема перенасичення ринку. Для її вирішення потрібно налагодити переробку яєць на яєчний порошок та здійснювати його експорт. Резерви розширення внутрішнього попиту пов'язуються з підвищенням якості продукції та реалізації низки маркетингових заходів з її просування, зниження собівартості і, відповідно, ціни реалізації яєць.

З метою забезпечення гарантованого динамічного зростання обсягів виробництва продукції птахівництва, що зміцнить продовольчу безпеку країни, система заходів державного регулювання діяльності повинна передбачати: продовження дії пільгового режиму оподаткування сільськогосподарських товаровиробників; збереження системи доплат виробникам за вирощених для забою кондиційних курей-бройлерів та птицю інших видів, яка склалася в останні роки; виходячи з потреб птахівничих підприємств щорічно виділяти із державного бюджету кошти для здешевлення вітчизняного кліткового обладнання для утримання птиці та його придбання на умовах фінансового лізингу; здійснення державної підтримки виконання програми селекції у птахівництві в обсягах, передбачених відповідним законом пропорційно до обсягів виробленої племінної продукції; вжиття відповідних заходів щодо захисту внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції з боку імпортерів, які не суперечать правилам та вимогам СОТ [1].

Ефективний розвиток птахівництва можливий при застосуванні новітніх технологій в індустріальному виробництві для забезпечення зростання продуктивності та скорочення витрат. Відтак основним фактором підвищення конкурентоспроможності птахівництва є інтенсифікація інноваційної діяльності підприємств галузі.

Необхідно повністю відновити роботу репродуктивних птахівничих господарств для одержання ремонтного молодняку з метою формування промислових зон комплексів, продажу племінної продукції підприємствам і населенню, зокрема добового молодняку птиці. Селекційно-племінна робота на перспективу має забезпечити інтенсифікацію галузі птахівництва на базі використання високопродуктивних кросів та порід птиці у селекційних центрах та науково-дослідних установах.

Одним із найважливіших критеріїв економічної ефективності виробництва продукції є її собівартість. У структурі собівартості м'яса птиці і яєць 60-80% припадає на корми, тому оптимізація системи годівлі може суттєво вплинути на кінцеві фінансові результати діяльності підприємств [3]. Зменшення собівартості реалізованої продукції птахівництва можливе за рахунок скорочення транспортних витрат: удосконалення системи вантажоперевезень за рахунок ефективного планування маршрутів, оптимізації парку спеціалізованих транспортних засобів, які перевозять продукцію птахівництва.

Ефективність діяльності птахівничих підприємств значною мірою залежить від стану їх матеріально-технічної бази. Технічне переоснащення підприємств галузі є не менш важливим, ніж використання високопродуктивних кросів і оптимізація системи годівлі. Необхідно замінити оснащення птахівничих підприємств окремими елементами сучасного вітчизняного обладнання, зокрема, використання компактних люмінесцентних енергозберігаючих ламп, біогазових установок, що дозволяють переробляти пташиний послід на біогаз та збалансовані біодобрива.

Одним із найактуальніших є питання забезпечення відповідності вітчизняної продукції птахівництва стандартам якості, передбаченим Міжнародною системою стандартизації (ISO). Ця система охоплює всі можливі аспекти поліпшення діяльності підприємств в цілому, у тому числі, звичайно, і все, що пов'язане безпосередньо з безпечністю та якістю продукції.

Висновки та пропозиції. Отже, виходячи з вищесказаного, птахівничим підприємствам необхідно найближчим часом розробити системи контролю за якістю продукції, що базуватимуться на методах, які охоплюють весь можливий діапазон показників з оцінки сировини, складу і якості готової продукції.

Пропонується використовувати на вітчизняних підприємствах систему НАССР (*Hazard Analysis and Critical Control Point* – аналіз небезпечних чинників і критичні контрольні точки). Ця система дає можливість забезпечити безпеку та якість продуктів птахівництва при виробництві сировини, її переробці, зберіганні, транспортуванні і використанні. Застосування системи НАССР дозволить ефективно виявляти і проводити аналіз ризиків, а особливо біологічних, фізичних та хімічних чинників, на всіх етапах виробництва продукції птахівництва, здійснювати управління критичними контрольними точками з оцінкою результатів цього управління. Це, у свою чергу, дасть реальну можливість птахівничим підприємствам випускати якісну, безпечну, конкурентоспроможну продукцію.

Список використаної літератури

1. Минів Р.М. Світові тенденції розвитку галузі птахівництва / Р.М. Минів // Наше птахівництво. – № 2 (33). – 2014. – С. 25-30.
2. Залушко В.В. Ефективність виробничо-господарської діяльності птахівничих підприємств / В.В. Залушко // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 52-58.
3. Батюк Б.Б. Порівняльний аналіз виробництва та споживання продукції птахівництва / Б.Б. Батюк // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. – Вип. 228: В 4 т. – Т.1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2014. – С. 104-111.

СЕКЦІЯ 2

ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В АГРОБІЗНЕСІ

СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНЕ ТА ОБЛІКОВО-АУДИТОРСЬКЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

РОЛЬ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ У ФОРМУВАННІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Постановка проблеми. Управління грошовими потоками є необхідною умовою для забезпечення процесу фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання. Передумовою стабільного функціонування економіки на мікро-, так і макрорівні є збалансування процесу надходження грошових коштів та здійснення грошових витрат. Для ефективного управління процесом грошового обігу необхідно володіти статистичною інформацією про розмір грошового обігу, його склад і динаміку, а також даними щодо швидкості обігу грошової маси, її структуру, купівельну спроможність грошей тощо.

Аналіз останніх досліджень. У науковій та навчальній літературі значна увага приділяється питанням управління грошових потоків. Значення грошей у господарській системі та діяльності ділових одиниць досліджували такі видатні економісти, як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, М. Туган-Барановський, Дж. Кейнс. Важливий внесок у розроблення аналітичного забезпечення управління грошовими потоками підприємств зробили сучасні вітчизняні та зарубіжні економісти, зокрема І. Бланк, В. Бочаров, Є. Брігхем, Дж. К. Ван Хорн, В. Галасюк, А. Горбунов, А. Кінг, Г. Ковальчук, Б. Колас, Ч. Лі, Л. Лігоненко, Л. Павлова, А. Поддєрьогін, Т. Рубінштейн, Є. Сорокіна, І. Тивончук, М. Тутарінова, Дж. Фіннерті, Н. Хахонова, Ю. Ямпольський та ін. Проте постає необхідність у здійсненні подальших досліджень, особливо за умов циклічності кризових явищ в національній економіці.

Мета, об'єкт та методика дослідження. Метою дослідження є відображення ролі грошових потоків у фінансово-економічній системі держави. Об'єктом дослідження є процес руху грошових потоків на макрорівні. Методологічною основою дослідження є діалектичний, логічний, системний і комплексний підходи щодо розгляду економічних процесів та явищ. Під час написання статті використано такі наукові методи як: монографічний – для визначення положень грошових потоків; статистико-економічний – для оцінювання нинішнього положення грошових потоків в Україні; абстрактно-логічний – для узагальнення теорій і формулювання висновків.

Результати дослідження. У науковій літературі широко використовують поняття «грошовий потік» з початком ринкового реформування української економіки. Існують різні підходи щодо трактування сутності поняття грошовий потік.

Єдиної позиції щодо трактування поняття «грошовий потік» на сьогодні не існує, оскільки є суттєві розбіжності у підходах науковців до формулювання і тлумачення змісту цього твердження. Як результат,

¹Науковий керівник – к.е.н., доцент Віленчук О.М.

можна виділити два підходи до визначення поняття грошового потоку, а саме як різницю між отриманими і виплаченими підприємством грошовими коштами, та як рух грошових коштів. Вважаємо, що більш логічним є виклад положень другої позиції та визнання грошового потоку як руху грошових коштів, адже «потік» – це є «рух», тобто надходження та використання грошових коштів [3, с. 58]. То ж поняття «грошовий потік» характеризує рух капіталу, грошових фондів, як готівкових так і безготівкових, а також оборот окремих фінансових інструментів. Саме тому необхідним є розгляд та виокремлення цього поняття на макрорівні.

Звіт про рух грошових коштів являється важливим документом фінансової звітності. У ньому відображаються та аналізуються господарські операції, які відбуваються на протязі року в господарстві. Цей звіт розділяє грошові потоки на три категорії: грошові потоки від основної діяльності, від інвестиційної діяльності, від фінансової діяльності. Гроші як результат інвестиційної діяльності, характеризують, з одного боку, отриманий поточний ефект їх збільшення у порівнянні з сумою, авансованою в інвестиційні проекти, а з іншого боку, обсяги іммобілізації грошової маси з інвестиційних проектів у зв'язку із їх закінченням або виходом із них. Грошові кошти як результат фінансової діяльності характеризують обсяги залучення підприємством грошей на фінансовому ринку [1].

Сучасними методами управління грошовими потоками являються наступні: бюджетування, збір інформації про заплановані платежі, перевірка та затвердження платежів, оперативне планування, оперативне управління платежами.

На макрорівні в роботі державних органів є неузгодженість процесу управління грошовими потоками [2]. Безперервний процес управління грошовими потоками потребує постійного контролю з боку держави за грошовим обігом, так як правильний розподіл грошових коштів приводить до отримання збалансованого державного бюджету та владнання питань неузгодженості в русі грошових коштів.

Аналіз грошових потоків у 2014-2012 роках показав перевищення видатків державного бюджету над доходами, що свідчить про незбалансованість грошових потоків (табл. 1).

Виходячи з інформації Міністерства фінансів України щодо виконання Державного бюджету України за 2014 рік надходження до Державного бюджету України у 2014 році становили 314,6 млрд. грн., що на 30,8 %, або на 74,0 млрд. грн. більше, ніж у 2012 році. До загального фонду державного бюджету в 2014 році надійшло 265,8 млрд. грн., що на 28,1 %, або на 58,3 млрд. грн. більше, ніж у 2012 році.

Згідно даних Міністерства фінансів протягом всього 2014 року фактичні доходи були вищими ніж індикативні показники, передбачені в розписі. Основними джерелами дохідної частини державного бюджету у 2014 році були: податок на додану вартість (збір) на 36,1 % (збільшення на 45,9 млрд. грн.); рентна плата – у 1,8 раза (або на 7,3 млрд. грн.); акцизний

податок – на 19,5 відсотка (або на 5,4 млрд. грн.); ввізне мито – на 22,3 відсотка (або на 1,9 млрд. гривень. Надходження від податку на прибуток порівняно з 2012 роком зросли на 37 відсотків (або на 14,8 млрд. гривень).

Таблиця 1

Динаміка доходів та видатків державного бюджету України

Період	Доходи державного бюджету			Видатки державного бюджету		
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Січень	15094,7	16723, 5	18351,8	16782,3	17933,2	19084,1
Лютий	30937,6	37818,9	44700,1	35846,4	38167,4	40488,4
Березень	51712,1	59069,3	66426,4	57409,5	62050,3	66691,1
Квітень	74321,5	82096,8	89872	78778,3	86111,6	93444,8
Травень	93836,2	106441	119047	109875	114750	119625
Червень	112055	125702	139348	139507	143935	148364
Липень	136187	152483	168779	164881	170114	175347
Серпень	143471	172689	201907	189084	196793	204502
Вересень	162679	194683	226688	215139	223595	232051
Жовтень	184439	218142	251845	240700	250898	261096
Листопад	215277	24975,9	284225	266729	279090	291451
Грудень	240615	277616	314617	303589	318524	333460

Джерело: [4].

Збільшення дохідної частини державного бюджету дало змогу органам державного управління протягом 2014 року збільшувати вихідні грошові потоки. Так, збільшувалися як соціальні, так і інвестиційні видатки. Крім того у 2014 році проводилася виважена політика видатків, зокрема було скорочено видатки на утримання органів державної влади в рамках адміністративної реформи, здійснено обмеження неперіоритетних видатків.

Висновки. Отже, грошові потоки і кількість грошей в економіці країни виконують важливу функцію, яка стосується виробництва товарів та послуг і є найважливішим регулятором всіх економічних процесів. В ході проведеного аналізу грошових потоків в Україні, показало, що сума видатків державного бюджету перевищує суми доходів. Причиною такої незбалансованості державного бюджету являється велике боргове навантаження, накопичене за попередні роки. Ще однією проблемою регулювання грошових потоків України є дефіцит державного бюджету. Незважаючи на великі проблеми органи влади приймають міри стосовно його подолання.

Список використаних джерел

1. Вареник В. М. Політика управління грошовими потоками в економіці України / В. М. Вареник // Наукові праці Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Академічний огляд. – 2014. - № 1 (40) - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgibin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ao_2014_1_6.pdf

2. Коваленко Н. Управління грошовим потоками українських підприємств у сучасних умовах господарювання / Н. Коваленко // Економічний аналіз. – 2013. – № 8. – С. 40-44.
3. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент. [підручник] / Г.О. Крамаренко – К.: ЦУЛ, 2010. – 520 с.
4. Інформація Міністерства фінансів України щодо виконання Державного бюджету України за 2014 рік. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

БАНКІВСЬКІ ПЛАТІЖНІ КАРТКИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Богдан Шуляк,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»²

Постановка проблеми. В сучасних ринкових умовах банківські платіжні картки являються основним елементом електронних банківських систем, більш швидко витісняючи готівку. Особливість, що на картці знаходиться відповідна інформація, яка необхідна для доступу до банківського рахунку, проведення розрахунків за товари та послуги, а також зняття готівки, дозволяє їй бути простим і прогресивним засобом в організації безготівкових розрахунків. Банківські картки з'явилися в середині минулого століття, і були розповсюджені більше як в 200 країнах світу, та стали невід'ємною частиною сучасного життя цивілізованої людини.

Аналіз останніх досліджень. Основними вітчизняними науковцями, які займаються дослідженням проблемам стану та розвитку банківських карток, слід відмітити Є. Терехова, Ф. Бутинця, В. Коваленко, Н. Шульгу, К.О. Катюха, В.І. Успенко, В.І. Міщенко, В.М. Котечков, О.М. Роїна та інші. В своїх роботах автори висвітлювали думки про стан ринку банківських карток в Україні, його динаміку та проблеми, які виникають внаслідок розвитку банківського ринку. Також вони беруть до уваги питання, щодоперспектив розвитку банківських карток різних типів та дослідження оптимальної інфраструктури, яка зможе задовольнити потреби власників платіжних карток.

Мета, об'єкт та методика дослідження. Метою дослідження є стан та банківських платіжних карток України. Об'єктом дослідження є процес використання банківських платіжних карток. Методологічною основою дослідження є діалектичний, логічний, системний і комплексний підходи щодо розгляду економічних процесів та явищ. Під час написання статті використано такі наукові методи як: монографічний – для визначення

² Науковий керівник: к.е.н., доцент Стойко О. Я.

положень банківський платіжних карток; статистико-економічний – для оцінювання нинішнього положення банківських карток в Україні; абстрактно-логічний – для узагальнення теорій і формулювання висновків.

Результати дослідження. Зручності, які надає пластикова картка, дають можливість використовувати її частіше. Платіжна картка – це персоніфікований пластиковий засіб (картка) з магнітною смугою або чіп-модулем, який є ключем доступу до управління банківським рахунком і надає її власнику можливість безготівкової оплати товарів або послуг в різних торгових і сервісних підприємствах, що приймають картки до оплати, одержання готівки у відділеннях банків і в банкоматах, а також користування іншими додатковими послугами та певними перевагами.

На сьогоднішній день в Україні відкрито 143 банки, які є учасниками внутрішньодержавних платіжних систем, а також міжнародних систем. Внутрішньодержавні платіжні системи [2]:

- Національна система масових електронних платежів (НСМЕП) – міжнародна платіжна система;
- Укркарт;
- локальні одноемітентні платіжні системи (СБОН, ПІБ, МТ-Карт, Металкарт та інші).

Міжнародні платіжні системи: MasterCard; VISA; небанківські платіжні системи (American Express, DinersClub, JCB); інші платіжні системи ("Золота корона", UnionCard, СТБ тощо).

В залежності від обставин, в яких будуть проводитись банківські операції з використанням платіжних карток, можуть застосовуватися дебетові, дебетово-кредитні та кредитні платіжні схеми. Дебетова схема дає можливість здійснювати користувачем платіжні операції з використанням платіжної картки в рамках залишку коштів, які обліковуються на його рахунку. Під час застосування дебетово-кредитної схеми користувач здійснює платіжні операції з використанням платіжної картки в межах залишку коштів, які обліковуються на його рахунку, а в разі їх недостатності або відсутності - за рахунок наданого банком кредиту. Кредитна схема передбачає здійснення користувачем платіжних операцій з використанням платіжних карток за рахунок коштів, які йому банк надав у кредит або в межах кредитної лінії [4].

Банківські платіжні картки поділяються на різні види, орієнтовані на відповідні типи груп клієнтів. Наприклад, основні класи – це такі як VISA – Classic та Gold; MasterCard – Mass та Gold, American Express – Green та Gold. Також існують картки таких класів як: Platinum, Silver та інші. Вибір кредитної картки того чи іншого класу для користувача є передусім питанням престижу та істотно впливає на комплекс додаткових послуг і на розмір страхового депозиту (незнижуваний залишок), що вноситься при отриманні картки. Останнім часом корпоративні картки поділяють на класи: Business картки (для компаній малого бізнесу) та безпосередньо Corporate картки (середній та великий бізнес) [1, с. 86].

Для отримання інформації про стан розвитку ринку банківських карток були досліджені показники розвитку ринку платіжних карток в Україні за останні 14 років (табл. 1).

Таблиця 1

Загальні показники розвитку ринку платіжних карток в Україні

Дані станом на:	Банки-члени карткових платіжних систем (шт.)	Держателі платіжних карток (тис. осіб)	Платіжні картки (тис. шт.)	Банкомати (шт.)	Термінали (шт.)
01.01.2002	58	3214	3630	1830	14593
01.01.2003	78	5697	6151	2619	21715
01.01.2004	88	10526	11530	5028	26434
01.01.2005	94	15736	17081	8106	33412
01.01.2006	102	21832	24781	11326	42362
01.01.2007	112	29415	32475	14719	62046
01.01.2008	128	35724	41163	20932	94318
01.01.2009	140	37233	38577	27966	116749
01.01.2010	147	39396	29105	28939	103064
01.01.2011	142	39943	29406	30164	108141
01.01.2012	142	35180	34851	32998	123541
01.01.2013	142	44339	33106	36152	162724
01.01.2014	143	49719	35622	40350	221222
01.01.2015	128	51649	33042	36596	203810

Джерело: [3].

Система електронних платежів в нашій країні стрімко розвивається. Виходячи з статистики 01 січня 2014 року електронні пластикові картки випустили 143 банки, проте на 01 січня 2015 року ця кількість зменшилась до 128. У 2002 році було створено 58 банків тобто за досліджений період кількість банків виросла у 2,5 рази, з'явилося 85 нових банків. Крім того, за визначений строк зросла й кількість випущених активних платіжних карток з 3,6 тис. штук до 35,6 тис. штук; банкоматів із 1,8 до 40,3 тисячі штук; терміналів з 14,6 тис. штук до 221,2 тис. штук. Така тенденція збільшення виявлена на 01 січня 2014 року порівняно з 01 січня 2002 року. Проте, на 01 січня 2015 року ці показники дещо зменшились: емітовані платіжні картки зменшились на 2,5 тис. штук; банкоматів - на 3,8 тис. штук; терміналів – на 17,4 тис. штук.

Найбільший приріст платіжних карток відбувається за рахунок збільшення зарплатних карток. Оскільки міжнародні картки потребують негайних і доволі значних інвестицій, банкам економічно вигідніше втілювати зарплатні проекти з використанням локальних карток, призначених для видачі готівки співробітникам підприємств та організацій через банкомати й оплату покупок у місцевих закладах та організаціях через банкомати.

Вступ до національної системи масових електронних платежів надає банку цілу низку технологічних та бізнесових переваг. Можливість використання картки в якості корпоративного інструменту безготівкових розрахунків (аналог не лімітованої чекової книжки); розміщення на картці додаткових фінансових та не фінансових додатків (транспортні, соціальні, страхові та інші додатки, дисконтні програми, програми лояльності тощо);

побудова кредитних програм на основі технології НСМЕП. Можливість використання як мінімум двох платіжних інструментів: електронного чека та електронного гаманця.

Висновки. Україна має великий потенціал щодо збільшення емісії платіжних карток. Зростання доходів на ринку пластикових карток повинне спиратися на збільшення долі торгових операцій у загальній кількості операцій з використанням карток.

Отже, оптимізація управлінської структури банків повинна спиратися на скорочення та виведення за межі банку функцій які не властиві безпосередньо банківському бізнесу, а саме: інформаційне та технічне обслуговування платіжних трансакцій, моніторинг та обслуговування спеціалізованого обладнання; структура учасників ринку платіжних систем повинна змінюватися за рахунок створення спеціалізованих компаній, які забезпечуватимуть розвиток та обслуговування специфічних сегментів цього ринку: технічне обслуговування термінального та іншого банківського обладнання тощо.

Список використаних джерел

1. Мельникова В. І. Національна економіка: навчальний посібник / В. І. Мельникова. - Київ: Центр учбової літератури, 2013р., - 256с.
2. Морозова Г. С. Ринок платіжних карток в Україні: сучасний стан, проблеми і перспективи використання / Г. С. Морозова // Наукові праці Південного філіалу Національного університету біоресурсів і природокористування України "Кримський агротехнологічний університет". Економічні науки. - 2013. - Вип. 158. - С. 187-195. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkaue_2013_158_26.pdf
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>
4. Успенко В. І. Аналіз стану та розвиток ринку платіжних карток / В. І. Успенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013. – №2 (18).

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

*Дубина Дмитро,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»**

Постановка проблеми. Кожна кредитна організація повинна самостійно розробляти політику управління капіталом, спрямовану на забезпечення його достатності, враховуючи при цьому стратегію свого розвитку. Одним із актуальних завдань на сучасному етапі розвитку фінансової системи України є формування комерційними банками якісного за своєю структурою банківського капіталу, адже активізація економічного зростання неможлива без здійснення інвестицій у реальний сектор національного господарства, і в цих умовах комерційні банки стикаються з гострою проблемою ефективного формування банківського капіталу, який є основою виконання банками своїх функцій у фінансово-кредитному просторі. Це пов'язано з такими явищами, як: зростання конкуренції у банківському секторі економіки; відсутність достатньо адекватної бази інформації; подолання економічної кризи у світовій економіці тощо. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні системи управління власним капіталом комерційного банку.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням окремих проблем управління власним капіталом комерційних банків займалися такі вітчизняні вчені, як: О. В. Васюренко, З. Б. Живко, С. А. Кузнецова, М. І. Крупка, О. Т. Левандівський та ін. Проте питання щодо створення ефективної системи управління власним капіталом комерційного банку потребує подальших досліджень.

Мета дослідження. Мета дослідження полягає у теоретико-методичному обґрунтуванні напрямів вдосконалення системи управління власним капіталом комерційного банку.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процес управління власним капіталом комерційного банку.

Результати дослідження. Будь-яка система управління капіталом складається з двох підсистем: керуючої - суб'єкт управління і керованої - об'єкт управління. Немає сумніву в тому, що між елементами системи управління капіталом існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність [3, с. 216]. Оскільки власний капітал є інструментом, за допомогою якого здійснюється як державне регулювання, так і внутрішньобанківське управління, то при визначенні суб'єкта управління необхідно розрізняти суб'єкти на макро- і мікрорівнях банківського менеджменту. На рівні банківської системи регулювання капіталу передбачає встановлення (керуючий вплив):

* Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Н. О. Куровська

1) вимог до мінімального розміру власного капіталу для отримання банком ліцензії на певні види діяльності, дозволу на відкриття філій;

2) економічних нормативів діяльності банку, що припускають встановлення залежності ряду активних операцій банку від обсягу власного капіталу;

3) стандартів організації та діяльності служб внутрішнього контролю та управління ризиками;

4) методики оцінки достатності власного капіталу, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Важливе місце в системі управління капіталом має належати банківському менеджеру. Він повинен управляти власним капіталом банку, виходячи не тільки з необхідності виконання обов'язкових нормативів, але з позицій прийняття оптимізаційних управлінських рішень для їх впровадження при функціонуванні кредитних організацій для досягнення власних цілей. Менеджер повинен тісно взаємодіяти з аналітичними службами банку та відділом внутрішнього контролю або аудиту.

Менеджер банку, володіючи повною і точною інформацією про поточний стан банку і плануючи його майбутнє з урахуванням намічених цілей, здатний об'єктивно оцінити достатність капіталу. Згідно концепції економічного капіталу, керівництво банку має відповідати за наявність ефективних методів управління ним. Масштаби фінансової служби і самих функцій відповідних підрозділів залежать від розміру, організаційно-правової форми та форми власності кредитної організації.

Будь-яке управлінське рішення має ґрунтуватися на деяких вихідних параметрах і містити ряд вихідних показників, що характеризують як минулий, так і поточний стан об'єкта управління. У зв'язку з цим важливо виділити такий елемент системи, як оцінка. За результатами оцінки банківський менеджер формує підсумкові судження про ефективність управління капіталом, які повинні бути повними, однозначними і точними. Зміст процесу управління капіталом банку представлено на рис. 1.

Основним елементом управління капіталом кредитної організації є стратегія. Саме стратегія визначає систему критеріїв оцінки капіталу і факторів, що на нього впливають, а також пріоритети в управлінні капіталом і заходи активного менеджменту. Загальним правилом стратегії є те, що вона повинна бути спрямована на досягнення певного зростання ринкової вартості банку, його акцій, або зростання ROE, ROA і включати в себе стратегічні плани за всіма напрямками діяльності. Після вибору стратегії банку і визначення ступеня впливу тих чи інших факторів на процес управління капіталом необхідно розробити механізм управління капіталом і визначити інструменти і методи реалізації обраної стратегії, причому відповідно до вимог органів нагляду [1, с. 130].



Рис. 1. Процес управління власним капіталом комерційного банку
Джерело: адаптовано [2, с. 172].

Так, зокрема, планування капіталу має здійснюватися з урахуванням досягнення відповідності між обсягами залученого капіталу і формованих активів. Розмір власного капіталу виступає у вигляді балансуючого показника при стратегічному плануванні діяльності банку та визначенні рівня ризику. Тому планування потреби в капіталі доцільно здійснювати за такими етапами.

Етап 1. Розробка загального фінансового плану банку.

Етап 2. Визначення величини капіталу, який можна фінансувати за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел.

Етап 3. Визначення величини капіталу, необхідної банку з урахуванням його цілей, прийнятим ступенем схильності ризику і умов державного регулювання.

Етап 4. Оцінка і вибір найбільш адекватного потребам і цілям банку джерела капіталу.

У рамках системи управління власним капіталом у банків існують два основних джерела формування капіталу: внутрішні і зовнішні. Зростання капіталу за рахунок прибутку може відбуватися як за рахунок збільшення прибутковості активних операцій в рамках кредитної політики, так і за рахунок забезпечення збалансованості пасивів за строками та видами, здешевлення ресурсної бази - депозитної політики. Кордон економічної доцільності залучення позикових коштів визначає ефект фінансового важеля. Фінансовий важель ("фінансовий леверидж") - це інструмент управління рентабельністю власного капіталу за рахунок оптимізації співвідношення використовуваних власних і позикових фінансових коштів.

Важливою і необхідною складовою управління внутрішніми джерелами власного капіталу є комплексне управління пасивами та активами. Перевага даного способу нарощування капіталу полягає у відсутності витрат по залученню ресурсів, загрози втрати контролю існуючими акціонерами, звуження їх частки у власності і зниження прибутковості в перерахунку на 1 акцію; недолік - капітал у процесі генерації чутливий до зміни процентних ставок та економічних умов.

Можливість капіталізації прибутку прямо і безпосередньо пов'язана з визначенням і реалізацією дивідендної політики як однієї зі складових частин стратегії управління капіталом банку. Дивідендна політика дозволяє банку підтримувати виплати його власникам на відносно сталому рівні і, при цьому, проводити поступове нарощування капіталу для розширення обсягу проведених активних операцій [4, с.297].

Одним з найважливіших методів управління капіталом є емісійна політика, покликана забезпечувати залучення коштів із зовнішніх джерел найбільш ефективним чином. Реалізується через додаткову емісію акцій; залучення додаткового пайового капіталу; емісію субординованих боргових зобов'язань. Основною метою емісійної політики є залучення на фінансовому ринку необхідного обсягу фінансових коштів в мінімально можливі терміни по мінімальній вартості.

Для ефективної реалізації емісійної політики необхідна якісна аналітична робота з дослідження ринку цінних паперів і позицій акцій банку на цьому ринку, чітке усвідомлення цілей емісії та зіставлення планованого позитивного результату від розміщення додаткових випусків цінних паперів з витратами на нього, що передбачає наступні етапи:

1. Дослідження можливостей ефективного розміщення передбачуваної емісії.
2. Визначення цілей емісії.
3. Встановлення обсягу емісії.
4. Визначення номіналу, видів і кількості емісійних інструментів.
5. Оцінка вартості залученого акціонерного капіталу.

Альтернативним методом управління власним капіталом є обмін акцій на боргові цінні папери, в результаті яких банк підсилює свій капітал і уникає майбутніх витрат на виплату відсотків по погашеним зобов'язаннями.

Отже, специфіка управління власним капіталом комерційного банку має багатосторонній характер, суб'єктами виступають наглядові органи, органи законодавчої і виконавчої влади, власники, менеджер банку, рейтингові агентства. Для ефективного управління власним необхідно інтегрувати їх зусилля, і таке управління, яке в першу чергу, має спрямовуватися на забезпечення достатньої величини капіталу.

Висновки. Таким чином, можна визначити поняття ефективного управління власним капіталом як системи, що забезпечує мотивацію всіх суб'єктів управління та зацікавлених осіб в достатній його величині. Для

забезпечення ефективності система управління капіталом повинна відповідати таким критеріям:

- система планування адаптивна: фінансові цілі коректуються і змінюються залежно від стану середовища;
- стратегічний та оперативний рівень управління взаємопов'язані: існує можливість оцінити вплив поточних рішень на досягнення стратегічних цілей;
- окремі процеси управління узгоджені і інтегровані;
- технології управління підтримують прийняття управлінських рішень в режимі реального часу;
- особи, які приймають рішення, діють в рамках єдиного інформаційного простору.

Отже, під системою управління капіталом розуміється сукупність підсистем і елементів, що знаходяться у взаємозв'язку і впливають на процеси формування та використання капіталу комерційного банку в рамках певних принципів і методів управління даними процесами.

Список використаних джерел

1. Васюренко О. В. Банківські операції: навч. посіб. / О. В. Васюренко— 6-те вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2008. — 318 с.
2. Живко З. Б. Банківська діяльність: навч. посіб. / З. Б. Живко, О. П. Просович, М. О. Копитко та ін.; за ред. З. Б. Живко. — К.: Алерта, 2011. — 248 с.
3. Крупка М. І. Банківські операції : підручн. / М. І. Крупка, Є. М. Андрущак, Н. Г. Пайтра ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки. — Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. — 312 с.
4. Левандівський О. Т. Банківські операції: навч. посіб. / О. Т. Левандівський, П. Е. Деметер. — К.: Знання, 2012. — 463 с.

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

*Олена Волошина,
магістрант спец. «Фінанси і кредит» 3*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Податок з доходів фізичних осіб є одним з основних податків, на яких ґрунтується податкова система України. Разом з цим податок з доходів фізичних осіб тісно пов'язаний з оздоровленням фінансово-кредитних відносин та відіграє велику роль у фінансовому регулюванні економіки. Регулюючий механізм цього податку реалізується через диференціацію ставок і пільгове оподаткування.

Сьогодні в Україні прослідковується низка проблем, що пов'язані з оподаткуванням доходів фізичних осіб, які потребують негайного вирішення, особливо коли Україна знаходиться в стані економічної та політичної кризи.

Дослідженню проблем податкової політики в сфері оподаткування доходів фізичних осіб присвячені роботи вітчизняних вчених Данілова О.Д., Ковалюка О.М., Десятнюка О.М., Андрущенко В.Л., Бондаренка Г.І., Лекаря С.І., Зайцева В. І., Фліссака Н.П., Печуляка В.О. та багато інших [1,3,4,5]. Проте, коли надходження від оподаткування доходів фізичних осіб стають істотним джерелом формування бюджетних доходів, виникає багато проблем у механізмі оподаткування особистих доходів громадян.

Метою є дослідження проблемних питань що стосуються оподаткування доходів фізичних осіб в Україні.

Виклад основного матеріалу. Одним із головних елементів податкової системи України є прибуткове оподаткування громадян, зокрема податок на доходи з фізичних осіб. Він є одним із основних джерел доходів державного бюджету та виконує роль соціального регулятора, оскільки стосується кожного члена суспільства. Ключовою проблемою щодо оподаткування доходів громадян в Україні виступає приховування доходів у вигляді заробітної плати. Не менш глобального характеру в оподаткуванні доходів фізичних осіб України набула така проблема, як надмірне податкове навантаження. Окрім цього, неврегульованими залишились такі проблеми як недоцільне використання податкової соціальної пільги; недосконалість податкового законодавства; ухилення населення від сплати податку.

У зв'язку з цим сьогодні широкого розповсюдження набуває таке поняття, як «тіньова» заробітна плата. За даними Незалежного фонду дослідження заробітних плат в Україні, 27% працюючих громадян України залучено саме до тіньових зарплатних схем[3].

Іншою важливою проблемою в оподаткуванні доходів фізичних осіб України є надмірне податкове навантаження. У більшості економічно розвинутих країн світу громадяни з невисокими зарплатами звільняються від податку з доходів фізичних осіб. Натомість основний тягар наповнення бюджету лягає на заможні верстви населення, для яких встановлена прогресивна шкала оподаткування[2].

В Україні наразі встановлено помірно прогресивну шкалу, відповідно до якої ставка податку на доходи фізичних осіб становить 15 % щодо доходів, нарахованих у формі заробітної плати якщо база оподаткування не перевищує десятикратний розмір мінімальної заробітної плати. При перевищенні цього розміру застосовують 20 % до частини середньомісячного річного оподатковуваного доходу, що перевищує даний бар'єр. Для людей, які отримують мінімальний розмір заробітної плати це суттєвий тягар.

Окрім вищенаведених проблем, характерною особливістю сучасного оподаткування доходів громадян України є ухилення від сплати податків

населенням, причиною якого виступає відсутність довіри до державних інституцій. Адже саме довіра до уряду або відчуття «соціальної солідарності» спонукає людей платити податки, навіть якщо раціональною поведінкою було б ухилення від їхньої сплати [4].

З іншого боку, якість державних послуг, передусім тих, що стосуються життєзабезпечення громадян і надаються медичними установами, закладами освіти є низька. На вибір особи щодо приховування своїх доходів впливає можливість мінімізації втрат, які пов'язані з таким рішенням. У табл. 1. наведена порівняльна характеристика щодо втрат за умов діяльності в офіційному і тіньовому секторах.

Необхідно зазначити, що ті платники податків, які здійснюють свою діяльність у тіньовому секторі, мають значно меншу кількість втрат та більше особистих переваг в порівнянні з веденням діяльності в офіційному економічному секторі.

Таблиця 1

**Втрати фізичних осіб, пов'язані з перебуванням
в офіційному і тіньовому секторах економіки**

Втрати, пов'язані з перебуванням в офіційному секторі:	Втрати, пов'язані з перебуванням в тіньовому секторі:
<ul style="list-style-type: none"> - сума сплачених податків; - час, витрачений на складення податкових декларацій; - внески до Пенсійного фонду та інших фондів соціального страхування; - відчуття невідповідності сплачених податків і внесків та наданих державою послуг; - ризик, що навіть сумлінний платник податків буде покараний через свою помилку 	<ul style="list-style-type: none"> - ризик настання передбаченої законодавством відповідальності; - позбавлення участі в системі соціального захисту

Джерело: [2]

Сьогодні багато уваги приділяється проблемам пропорційного оподаткування доходів громадян за основною ставкою на рівні 15%. Проте використання даної ставки податку на доходи фізичних осіб протягом останніх років не призвело до помітного збільшення доходів та масового виведення їх з тіньового сектора. Це пов'язано з тим, що пропорційна система, хоч би якою справедливою вона не видавалась, не може забезпечити рівномірність податкового навантаження, гарантувати принцип нейтральності податку за значного діапазону доходів. У суб'єкта оподаткування після сплати податку мають залишатися кошти для споживання (відтворення) та інвестування (накопичення). Одна ставка оподаткування може для незначних доходів відбирати, наприклад, усі кошти для накопичення та ще й частину коштів, призначених для споживання, а для великих доходів ця сама ставка відбиратиме лише незначну частину коштів, призначених для інвестування.

Здавалося б, що із прийняттям Податкового кодексу України, яким було впроваджено додаткову ставку податку у розмірі 20 %, ситуація покращиться. Але серед працюючого населення України розмір середньої

заробітної плати становить приблизно дворазовий прожитковий мінімум. Тому така новація в Податковому кодексі України не має позитивних наслідків для верств населення із низькими доходами.

Також у Податковому кодексі України приділяється увага податковим соціальним пільгам. Але перелік громадян які мають право на таку пільгу є досить невеликим, окрім того ця пільга залежить від прожиткового мінімуму. Тож необхідно розширити перелік суб'єктів, які зможуть отримати податкову соціальну пільгу, бо при сьогоdnішніх складних економічних умовах в країні є надзвичайно велика кількість соціально незахищених громадян.

Зважаючи на вище перелічені проблеми реформи у сфері оподаткування доходів фізичних осіб в Україні повинні включати такі напрямки, як розширення об'єкта оподаткування при зниженні податкових ставок. Це зможе забезпечити більш справедливе оподаткування громадян з різною величиною доходів.

Не менш важливим кроком буде підвищення рівня податкової культури населення. Для цього громадяни повинні знати на що йдуть кошти, які вони сплачують країні, тоді у платника податку не буде відчуття що країна просто відібрала в нього частину чесно зароблений коштів.

Висновки та пропозиції. З метою подолання проблем в оподаткуванні доходів фізичних осіб, необхідно, по-перше, перейти на прогресивне оподаткування доходів громадян, по-друге, розширити діапазон доходів громадян, який дозволить отримувати податкову соціальну пільгу, по-третє, спростити викладення податкових законів та підвищити рівень податкової культури та податкової дисципліни.

Список використаних джерел

1. Бондаренко Г.І., Оподаткування фізичних осіб. Навч.посібник./ Бондаренко Г.І., Данілов О.Д., Лекарь С.І., Зайцев В.І.// 2010 – Ірпінь, Видавництво: АДПСУ . – 248 с.
2. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля - Науковий журнал 2012р.
3. Данілов О.Д., Податкова система та шляхи її реформування. / Данілов О.Д., Фліссак Н.П. // Навч.посібник. Київ Видавництво: Парламентське вид-во, 2011.216 с.
4. Нікітішин А.О. Нова система оподаткування доходів фізичних осіб // Фінанси України, 2011, № 10.
5. Печуляк В. Оподаткування фізичних осіб в Україні в контексті сучасної податкової політики // Науковий вісник Національної академії державної податкової служби України (економіка, право), 2013, № 4, с.7077
6. Податковий кодекс України від 02.12.10 № 2755-VI (Редакція станом на 10.04.2015)[Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Юлія Герговська
магістрант спец. «Фінанси і кредит»⁴

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Прямі податки є вагомим засобом формування доходів бюджетів усіх рівнів в Україні. Загалом податкові надходження займають найбільшу частку у дохідній частині бюджету. Реформування прямого оподаткування дасть змогу максимально наповнювати бюджет за рахунок прямих податків. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю розвитку та удосконалення прямих податків з метою підтримки економічного зростання шляхом впровадження нових принципів побудови податкової системи. В Україні недостатньо досліджені питання, що стосуються проблем особливостей реформування прямого оподаткування. Питанню дослідження механізму оподаткування присвячено чимало наукових праць. Теоретичні основи прямого оподаткування та питання щодо його удосконалення висвітлюються в наукових працях таких українських вчених, як: Бондаренко Г.І., Бондарук Т. Г., Василик А. С., Гальчинський О.Д., Іванишина О.С., Макаров Д.В., Мельник П.В., Поддєрьогін А.М., Плотніков О. В., Соколовська А. М., Тарангул Л.Л., Федосов В.М.[1, 4, 9].

Метою роботи є визначення напрямків удосконалення прямого оподаткування на основі вивчення теоретичних та практичних аспектів досліджуваної проблематики.

Виклад основного матеріалу. Система оподаткування – це сукупність податків, права, обов'язки і відповідальність платників, що сплачуються до бюджету і державні цільові фонди у встановленому законами України порядку. Кожна держава визначає платників податків, об'єкти оподаткування, види податків і порядок їх сплати [7].

Головним джерелом формування дохідної частини бюджетів усіх рівнів є податки. Вони віддзеркалюють фінансові відносини між державою і платниками з метою створення централізованого фонду коштів, що перебувають у розпорядженні держави. Застосування податків, зокрема прямих, є одним з економічних методів керування і забезпечення взаємозв'язку загальнодержавних інтересів із комерційними інтересами підприємців і підприємств. За допомогою податків держава одержує у своє розпорядження ресурси, необхідні для виконання своїх суспільних функцій, а також фінансує витрати по соціальному забезпеченню, що змінюють розподіл доходів.

Прямі податки є вагомим фінансовим регулятором соціально–економічних процесів. Вони є не лише важливим джерелом формування бюджетних ресурсів держави, але й важливим інструментом державного регулювання доходів платників, інвестицій, нагромадження капіталу,

⁴Науковий керівник – к.е.н., доцент Куровська Н. М.

ділової активності, сукупного споживання та інших важливих чинників цілісності, стабільності та розвитку суспільства. Формування Зведеного бюджету України суттєво залежить від податкових надходжень, тому доцільно здійснювати їх прогнозування для можливості ефективного формування та використання видатків на поточний рік. Проаналізуємо рівень податкових надходжень в розрізі прямих податків. Варто зазначити, що найнижчим рівень виконання плану по прямим податках був у 2013 р., що спричинено, перш за все, економічною кризою.

Так, показник виконання податку з доходів фізичних осіб в 2013 р. зріс на 0,34 п.п., а в 2014 р. – ще на 1,12 п.п. і становив 97,63 %. Проте, це є допустимим, адже обсяги фактичних надходжень податків повністю відповідають обсягам запланованих (спостерігається перевиконання запланованих обсягів). Тобто податок з доходів фізичних осіб є ефективним з точки зору рівня виконання (рис. 1).

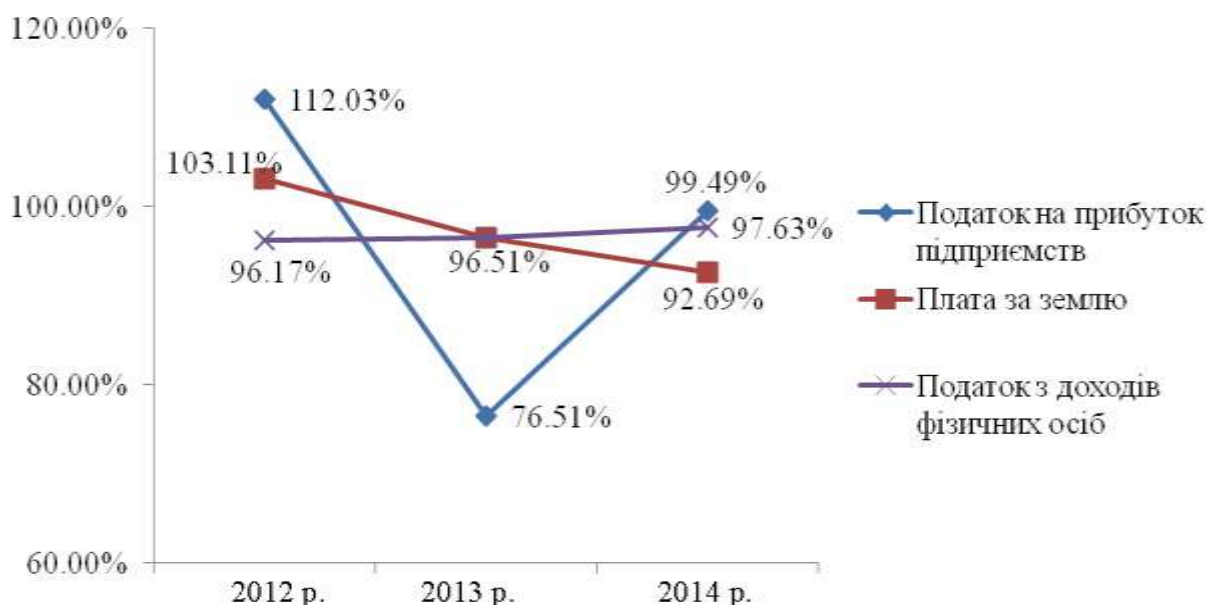


Рис. 1. Рівень виконання планових показників по прямим податках в Зведеному бюджеті України за 2012–2014 рр.

Щодо податку на прибуток підприємств, то в 2014 р. спостерігається перевиконання планових показників по даному податку на 12,03 п.п. і рівень виконання відповідно становить 112,03 %. Проте в 2013 р. склалась несприятлива ситуація і рівень виконання становив лише 76,92 %, що є негативним показником. Однак в 2014 р. ситуація дещо стабілізувалась і планові показники були виконані на 99,49 %.

Щодо плати за землю, то рівень його виконання має тенденцію до зменшення. Так, якщо в 2012 р. обсяги планових надходжень було перевиконано на 3,11 п.п., то в 2013 р. рівень виконання становив лише 96,51 %, а в 2014 р. в зв'язку з значним падінням фактичних обсягів плати за землю, показник виконання зменшився до 92,69 %. Тобто спостерігалось недовиконання обсягів надходжень, що є негативним явищем, адже це спричиняє дефіцит місцевого бюджету. Одним із дієвих

механізмів визначення стану оподаткування є розрахунок рівня фіскального навантаження в країні.

За даними табл.1 за досліджуваний період спостерігаємо зменшення податкового навантаження в 2013 р. на 2,1 % пункти через зростання доходів більш значними темпами, ніж обсягів податку. Проте в 2014 р. податкове навантаження податку з доходів фізичних осіб зросло на 1,17 п.п. і становило 6,43 % що є негативним для платників податку.

Таблиця 1

Динаміка податкового навантаження податку з доходів фізичних осіб в Україні протягом 2012–2014 рр.

Показник	Роки			Відхилення	
	2012	2013	2014	2013–2012 рр.	2014–2013 рр.
Податок з доходів фізичних осіб, млн. грн.	45895,8	44485,3	51029	45895,8	44485,3
Доходи фізичних осіб, млн. грн.	623289	845641	793457	623289	845641
Заробітна плата, млн. грн.	278968	366387	326904	278968	366387
Податкове навантаження податку з доходів фізичних осіб, %	7,36	5,26	6,43	7,36	5,26
Податкове навантаження податку з доходів фізичних осіб відносно заробітної плати %	16,45	12,14	15,61	16,45	12,14

Джерело: //http: www.ukrstat.gov.ua

Податкове навантаження на заробітну плату у 2012 р. становило 16,45 %, проте в 2013 р. зменшилось на 4,31 % і складало 12,14 %, а в 2014 р. зросло і становило 15,61 %. Таке незначне зростання в 2012 р. свідчить про збільшення заробітної плати і обсягів податку з доходів фізичних осіб однаковими темпами. Норма цього показника є оптимальною (15,61 % в 2014 р.), адже ставка податку становить 15 %. Різниця обумовлюється впливом податкових пільг (табл. 2).

Як бачимо з табл.2, податкове навантаження з податку на прибуток підприємств має в 2014 р. тенденцію до зростання, що є негативним для підприємств, які отримують прибуток, адже велику частину суми свого доходу вони сплачують до бюджету.

У 2012 р. податкове навантаження з податку на прибуток становило 26,15 %, в 2013 р. лише 17,06 % проте в 2014 р. вже 40,77 %, при ставці податку 25 %, Для України така величина податкового навантаження є достатньо високою.

Таблиця 2

Динаміка податкового навантаження податку на прибуток підприємств в Україні протягом 2012–2014 рр.

Показник	Роки			Відхилення	
	2012	2013	2014	2013–2012 рр.	2014–2013 рр.
Податок на прибуток підприємств, млн. грн.	47856,81	33048,03	40359,06	–14808,8	7 311,03

Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування підприємств, що отримали прибуток, млн. грн.	182994,4	193669,1	99003,7	10674,7	-94665,4
Податкове навантаження податку на прибуток, %	26,15	17,06	40,77	-9,09	23,70

Джерело: //http: www.ukrstat.gov.ua

Зазначимо, що доходи Зведеного бюджету є визначальним фактором, що забезпечує виконання державою покладених на неї функцій. А основою формування доходів є податкові надходження. Фізичні та юридичні особи є головними суб'єктами сплати податків. Кількість платників прямих податків протягом 2012–2014 рр. динамічно зростала. Прямі податки поступають за величиною у наповненні бюджету держави непрямим податком. Проте, вони відіграють значну роль у формуванні доходів бюджету України. Якщо здійснювати аналіз динаміки прямих податків в доходах Зведеного бюджету України, то варто зазначити, що протягом 2012–2014 рр. спостерігається тенденція до зростання податку з доходів фізичних осіб, який стає основним серед прямих податків у доходах бюджету. Також податок з доходів фізичних осіб є найвагомішим джерелом формування доходів місцевих бюджетів, саме завдяки йому місцеві органи самоврядування забезпечують себе фінансовими ресурсами для виконання покладених на них функцій. Проте, протягом 2012–2014 рр. спостерігається динаміка до зменшення частки податку з доходів фізичних осіб в доходах місцевих бюджетів.

Висновки. Здійснення реформування в прямого оподаткування в Україні повинне мати форму цілісної стратегії та враховувати соціально-економічне становище в країні, завдання національної економіки і бути інструментом економічної політики, а не її метою. Зміни в прямих податках держави мають розглядатися не як достатня умова, але як необхідна складова загальної скоординованої політики економічної трансформації і забезпечення прискореного економічного зростання.

Стратегічним напрямом у формуванні державної політики прямого оподаткування юридичних і фізичних осіб повинно стати забезпечення переходу від переважно фіскальних до регулюючих і стимулюючих функцій податків. Реалізація такого напрямку забезпечить зменшення частки збиткових підприємств, зниження рівня тіньової економічної діяльності, що створюють можливості для розширення бази оподаткування та активізації підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Василик О.Д. Державні фінанси України / О.Д. Василик // К.: Вища школа, 2007. – 445 с.
2. Величко О.М. Іноземний досвід реформування податкової системи / О.М. Величко, І.А. Дмитренко // Економіст. – 2008 – № 7-9 – 130 с.
3. Косарчук В.П. Система оподаткування в Україні / В.П. Косарчук // Методичний посібник. – К: ДПА, 2006 р. – 114 с.

4. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств / А.М. Поддєрьогін // Підручник 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2009. – 460 с.
5. Печуляк В.П. Державна податкова політика в Україні: організаційно-правові аспекти здійснення / В.П. Печуляк // – К.: КНТЕУ, 2009. – 157с.
6. Соколовська А. М. Податкова система України: теорія та практика становлення / А.М. Соколовська // К.: НДФІ, 2010. – 344 с.
7. Тарасюк Г.М. Податки / Г.М. Тарасюк, Л.І. Шваб // Навч. посіб. – К.: Каравела, 2009 – 432 с.
8. Якушик І.Д. Податки в країнах світу / І.Д. Якушик, Я.В. Литвиненко // К.: МП Леся, 2012. – 267 с.
9. Федосов В.М. Проблеми розбудови податкової системи України / В.М. Федосов, С.В. Львовчкін // Фінанси України. – 2009. – № 6. – С. 40–48.
10. Чебанова Н.В. Податкова система України / Н.В. Чебанова, Ю.А. Василенко // Посібник. – К: Академія, 2012. – 672 с.

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

*Андрій Осаволук,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»⁵*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Покращення стану оподаткування прибутку підприємства – це одна з найважливіших соціально-економічних проблем в Україні, що потребує обґрунтованого законодавчого регулювання. Оскільки, суттєвим важелем державної політики у сфері діяльності підприємств є оподаткування прибутку, за допомогою якого можна достатньо ефективно впливати на процеси економічного зростання та інноваційної діяльності, важливо дослідити значення впровадження та практичної реалізації норм ПКУ в діяльність підприємств.

Серед найбільш суттєвих розробок теоретичної основи системи оподаткування прибутку підприємств українськими вченими слід назвати праці В. Андрущенка, О. Барановського, Б. Бордюка, С. Буковинського, О. Василика та інших. Проблемам податкового регулювання присвячені праці багатьох З. Варналія, В. Вишневського, Т. Єфіменко, Я. Жаліла, Ю. Іванова, А. Крисоватого, І. Луїної, А. Соколовської та ін. В їх працях багато проведено досліджень відносно проблематичних питань з оподаткування прибутку, особливості їх реалізації в специфічних умовах ринкової трансформації економіки, але й досі є актуальним питання ролі та місця прибутку в податковій системі країни, дослідження проблем облікового забезпечення податку на прибуток та формування звітності.

⁵ Науковий керівник: к.е.н., проф.. Д. І. Дема.

Метою статті є з'ясування та узагальнення проблем оподаткування прибутку підприємств та окреслення перспектив реформування податку.

Основний матеріал. В Україні сфера податкового законодавства піддається постійним змінам, не виключенням є і напрямки щодо оподаткування прибутку підприємств. Про це свідчать зміни нормативної бази, що регулює нарахування та сплату податку на прибуток (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка змін у Податковому кодексі України до розділу присвяченому податку на прибуток підприємств

Із 1 січня 2015 року набрав чинності закон України №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)». Відповідно до прийнятих нововведень зазнали зміни і положення Податкового кодексу щодо оподаткування податком на прибуток підприємств.

Для 2015 року базова ставка податку залишається 18%. Новий механізм передбачає єдиний облік за стандартами українського чи міжнародного бухгалтерського обліку оподаткування прибутку, що в свою чергу усуває проблему дублюючого податкового обліку. Об'єктом оподаткування є фінансовий результат до оподаткування за фінансовою звітністю (ФРДО), скоригований на кілька податкових різниць. При цьому, кількість податкових різниць скорочується з 49 до 3, а саме: амортизація, резерви, фінансові операції (цінні папери, проценти, тощо) [2].

Крім того пом'якшено правила визначення податкових витрат. Більше немає вимоги доводити зв'язок між витратами компанії та її «господарською діяльністю». Як виняток, необхідно відокремлювати господарські та негосподарські основні засоби. Загальні вимоги до документального оформлення операцій (тобто контракти, акти виконаних робіт тощо) будуть застосовуватись для обґрунтування витрат для податкових цілей. У новому механізмі оподаткування відсутні спеціальні правила податкового обліку витрат на ремонт та скасовано правила податкового обліку отримання (надання) фінансової допомоги. Всі ці зміни направлені на спрощення ведення оподаткування прибутку підприємств (рис. 2).



Рис. 2. Динаміка витрат часу на складання декларації з податку на прибуток

Джерело: розраховано за даними [3]

За останні роки спостерігаємо наявну тенденцію до зменшення затрат часу бухгалтера щодо заповнення декларації з податку на прибуток підприємства. Проте цей показник в 2-3 рази є більшим за аналогічний показник в країнах ЄС. Потрібно зазначити, що після податкових змін внесених у 2015 р. щодо реформування податку на прибуток підприємств введено простіший облік даного податку. Саме такий механізм оподаткування дасть можливість скоротити затрати часу на ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Позитивним є те, що платники податку, річний дохід яких (за вирахуванням непрямих податків) за останній річний період дорівнює або менше 20 мільйонів гривень, можуть не застосовувати коригування. Вони мають право переносити від'ємне значення об'єкта оподаткування минулих періодів. Тобто 95% платників податків не вестимуть облік та не застосовуватимуть податкових різниць, що значно скоротить витрати часу на ведення бухгалтерського обліку на середніх та малих підприємствах.

На особливу увагу заслуговують податкові пільги. Сьогодні податкові пільги вважаються суперечливим інструментом державного регулювання економіки, так як вони можуть викликати і негативні наслідки, такі як викривлення у розподіл ресурсів, створюючи переваги для одних видів економічної діяльності перед іншими [1, с. 185]. Згідно внесених змін до податкового кодексу з 1 січня 2015 р. суттєво скорочено перелік пільг для платників податку з прибутку. Зокрема скасовано пільги виробникам газу (метану), біопалива, електричної та теплової енергії, що виробляється з біопалива, домашнього обладнання, що використовує біопаливо; легкій промисловості; галузі судо- та літакобудівництва; підприємствам, що виробляють обладнання для агропромислового комплексу; видавничій діяльності та кінематографії; інвесторам у великі визначені інвестиційні проекти (що створюють робочі місця) у визначених галузях; визначеним ІТ-компаніям.

Висновки та пропозиції. Найпоширенішими заходами податкового регулювання в частині справляння податку на прибуток має бути: зменшення ставки податку; стимулювання інвестицій та інновацій за допомогою

інвестиційних податкових кредитів та знижок; підтримка фінансового стану підприємств та стимулювання виробництва, а також підтримка малого та середнього бізнесу; використання в податковому обліку прискореної амортизації; використання механізму оподаткування прибутку підприємств з метою стимулювання ефективної зайнятості населення.

Альтернативним і реформаторським варіантом може бути метод оподаткування розподіленого прибутку - податок на дивіденти. Тобто оподатковують не зароблений, а розподілений прибуток. Для України можна запропонувати наступний механізм сплати такого податку: великі підприємства є платниками податку на дивіденти, а середні та малі підприємства матимуть альтернативу вибору між сплатою податку на дивіденти та, наприклад, єдиного податку у відсотку від обороту. Розробка даного механізму оподаткування буде напрямом подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Волинець Т.В. Правова характеристика податку на прибуток підприємств за чинним податковим кодексом України / Т. В. Волинець // Європейські перспективи. - 2012. - № 4(1). - С. 183-187.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/...2755-17/page>
3. Податок на прибуток підприємств: проблеми та перспективи реформування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kmp.ua/images/files/acc_2015_ua.pdf
4. Якимова А.М. Вітчизняний та зарубіжний досвід справляння податку на прибуток підприємств / А.М. Якимова, О.В. Прищепа // Економіка і регіон. – 2012. – № 3 (34) – с. 211-215.

ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

*Світлана Коваль,
магістрант спец. «Фінанси і кредит» б*

Постановка проблеми. Податки у сільському господарстві використовуються нині в якості особливого інструменту фінансової державної підтримки, специфічним інструментом формування фінансових ресурсів в аграрній сфері. Специфіка галузі, яка має об'єктивний характер, вимагає відповідного її врахування при формуванні податкових механізмів з метою забезпечення ефективного їх впливу на економічні процеси та реального втілення функцій податків. Це вимагає розробки науково-обґрунтованих пропозицій щодо формування дієвого інструментарію і механізмів прямого та непрямого оподаткування сільськогосподарських

⁶ Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорохова Л. М.

підприємств, які б відповідали сучасним умовам господарювання, дозволяли повною мірою виконувати регулюючі функції, належним чином формувати бюджети різних рівнів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам оподаткування сільськогосподарських товаровиробників присвячено праці відомих вітчизняних вчених, таких, як: П.І. Гайдуцький, М.Я. Дем'яненко, П.Т. Саблук, С.М. Кваша, П.А. Лайко та інші. Значний внесок у розвиток та запровадження системи спеціального оподаткування аграрного бізнесу України зроблено В.П. Синчаком, Л.Д. Тулушем, Д.І. Демою, Є.А. Опрєю, О.М. Кисельовою, В.М. Жуком, А.М. Соколовською. Зокрема, В. Синчаком розроблено Концепцію розвитку системи оподаткування у сільському господарстві України [7]. Л. Тулуш значну увагу в своїх дослідженнях приділяє проблемам функціонування спеціальних режимів оподаткування [8]. Проте, не зважаючи на ґрунтовні дослідження цієї проблеми, існує об'єктивна необхідність теоретичного обґрунтування й поглиблення досліджень методології оподаткування у сільському господарстві України та розробки напрямів її удосконалення на основі системного підходу та з урахуванням сучасних реалій господарювання в аграрній сфері.

Результати досліджень. Система оподаткування, яка застосовується країною, має важливе значення для ефективності формування та використання державних доходів. Ефективна система оподаткування мінімізує втручання у прийняття рішень та прискорює економічне зростання через стимулювання заощаджень та інвестицій. Стабільний та оптимальний потік державних доходів є необхідним для фінансування постачання товарів, однак кінцеве навантаження на платників податків має розподілятися справедливо, так щоб однаково спроможні платники податків сплачували однаковий податок («горизонтальна справедливість»), а більш спроможні платники податків сплачували більше («вертикальна справедливість»). Ефективна система оподаткування має бути простою, прозорою та стабільною, щоб її можна було дотримуватись без ризику для фізичних та юридичних осіб (підприємств) та без можливості її використання як інструменту переслідування.

Сучасна система оподаткування аграрного бізнесу в Україні не відповідає певній кількості зазначених вище моментів, отже з метою підвищення її ефективності було внесено відповідні зміни до Податкового кодексу України. Зокрема, замість фіксованого сільськогосподарського податку (ФСП з 1 січня 2015 р. запроваджено четверту групу єдиного податку із встановленням відповідних критеріїв [3], продовжує функціонувати спеціальний режим нарахування податку на додану вартість (ПДВ) для виробників та експортерів сільськогосподарської продукції.

Основною умовою переходу сільськогосподарських підприємств на сплату єдиного податку четвертої групи, як і раніше, є дотримання частки сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік, яка має дорівнювати або перевищувати 75 %. Для

підтвердження або набуття статусу платника єдиного податку четвертої групи у 2015 р. сільськогосподарське підприємство у термін до 20 лютого 2015 р. повинно подати:

- загальну податкову декларацію з податку на поточний рік щодо всієї площі земельних ділянок, з яких справляється податок, – контролюючому органу за своїм місцезнаходженням;
- звітну податкову декларацію на поточний рік окремо щодо кожної земельної ділянки – контролюючому органу за місцем розташування земельної ділянки;
- розрахунок частки сільськогосподарського товаровиробництва – контролюючим органам за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок;
- відомості про наявність земельних ділянок – контролюючим органам за своїм місцезнаходженням та/або за місцем розташування земельних ділянок.

При визначенні податкового зобов'язання на 2015 р. слід звернути увагу на такі моменти:

1. Об'єктом оподаткування єдиним податком четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому в користування, в тому числі на умовах оренди. При цьому право власності та право користування (постійне чи оренда) земельними ділянками повинні бути в установленому порядку оформлені та зареєстровані.

2. Базою оподаткування для сільськогосподарських товаровиробників – платників єдиного податку четвертої групи залишилась нормативна грошова оцінка 1 га сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень). На відміну від попередніх років, з 1 січня 2015 р. база оподаткування застосовується з урахуванням коефіцієнта індексації станом на 1 січня 2015 р., який визначається у такому ж порядку, як для розрахунку розміру земельного податку. Такий коефіцієнт станом на 1 січня 2015 р. становить 3,997. Водночас, при визначенні бази оподаткування сільськогосподарським товаровиробникам необхідно врахувати, що показники нормативної грошової оцінки гектара ріллі окремої земельної ділянки, проведеної станом на 1 липня 1995 р., застосовуються із коефіцієнтом 1,756. Ця норма передбачена постановою КМУ від 31.10.2011 № 1185 «Про внесення змін до Методики нормативної грошової оцінки сільськогосподарського призначення та населених пунктів».

3. Розміри ставок для платників єдиного податку четвертої групи з одного гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду визначені п. 293.9 ст. 293 ПКУ у відсотках від бази оподаткування і залежать від категорії (типу) земель та їх розташування [6]. З 1 січня 2015 р. для платників єдиного податку четвертої групи-сільськогосподарських товаровиробників ставки зросли в 3 рази.

4. Змінено порядок сплати єдиного податку четвертої групи. Так, сплата фіксованого сільськогосподарського податку проводилась щомісяця протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) місяця, у розмірі третини суми податку, визначеної за кожний квартал від річної суми податку у розмірах: перший та другий квартали – по 10 %, третій квартал – 50 %, четвертий – 30 %. У 2015 р. платники єдиного податку четвертої групи сплачуватимуть податок щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу у тих же відсотках. Тому при заповненні Декларації на 2015 р. платники єдиного податку четвертої групи річну суму розбиватимуть у встановлених відсотках щоквартально, а проставляти її слід у третьому місяці кожного кварталу.

Для багатьох сільськогосподарських виробників характерним є справляння податку на додану вартість (ПДВ) за спеціальним режимом, що є однією з форм державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників.

Спецрежим оподаткування ПДВ передбачає, що:

- сума ПДВ, що нарахована сільськогосподарським підприємством на вартість поставлених ним сільськогосподарських товарів (послуг), не підлягає сплаті до бюджету та повністю залишається для відшкодування сплаченої (нарахованої) постачальнику суми ПДВ на вартість виробничих факторів, а за наявності залишку такої суми податку – для інших виробничих цілей;

- перевищення суми "вхідного" ПДВ, яка сплачена (нарахована) сільськогосподарським підприємством постачальнику на вартість виробничих факторів, над сумою податку, нарахованою за операціями поставок сільськогосподарських товарів (послуг), не підлягає бюджетному відшкодуванню;

- при поставці несільськогосподарських товарів та послуг операції відображаються в загальній декларації з ПДВ, а податкові зобов'язання з ПДВ за такою декларацією підлягають перерахуванню до бюджету на загальних підставах [9].

Сільськогосподарські товаровиробники, що обрали спеціальний режим оподаткування ПДВ, подають податкову декларацію з ПДВ (скорочену), в якій відображають лише ті операції, які стосуються спецрежиму, з обов'язковим поданням додатків 2 "Розшифровки податкових зобов'язань та податкового кредиту в розрізі контрагентів" та 3 "Розрахунок питомої ваги вартості сільськогосподарських товарів (послуг) до вартості всіх товарів (послуг)". Інші операції відображаються у загальній (повній) декларації з ПДВ, у кінці якої проставляється відмітка про одночасне подання скороченої декларації.

Слід зауважити, що чинний механізм справляння податку вже не забезпечує цільового використання сум ПДВ від реалізації продукції власного виробництва окремо на потреби галузей рослинництва і тваринництва та тим більше не передбачає здійснення контролю цільового

використання сум податку на додану вартість, нарахованих за результатами операцій з продажу товарів, робіт та послуг власного виробництва. Зазначена зміна в механізмі справляння ПДВ не є достатньо виваженою та доцільною й може спричинити подальший занепад тваринницької галузі, яка, як засвідчують окремі відомі науковці, нині і так є збитковою та малопривабливою для інвесторів [2].

Якщо суб'єкт спеціального режиму оподаткування сільськогосподарських товаровиробників поставляє протягом попередніх 12 звітних податкових періодів несільськогосподарські товари, питома вага яких перевищує 25 % вартості всіх поставлених товарів, то на таке підприємство не поширюється спеціальний режим оподаткування, встановлений статтею 209 Податкового кодексу [5].

Отже, усі одночасно впроваджені зміни можуть призвести до збільшення з 1 січня 2015 р. податкового навантаження на сільськогосподарського товаровиробника.

Особливо відчутно зміни стосуватимуться сільськогосподарських підприємств, основним видом діяльності яких є рослинництво, в користуванні яких знаходяться значні площі сільськогосподарських угідь.

Вирішення зазначених проблем потребує запровадження низки заходів щодо вдосконалення механізмів пільгових режимів оподаткування аграрних підприємств, основними з яких повинні стати [4]:

- запровадження системи оподаткування, яка б базувалась на реальних прибутках;
- перехід агроформувань на новий спеціальний режим прямого оподаткування, що передбачав би оподаткування не земельних угідь та їх грошової оцінки, а чистого прибутку сільськогосподарських товаровиробників;
- запровадження оподаткування доходів сільськогосподарських товаровиробників від інших видів діяльності (крім сільськогосподарської) на загальних підставах [1];
- повернення до механізму цільового використання сум ПДВ від реалізації продукції власного виробництва (окремо у галузі рослинництва та у галузі тваринництва);
- переведення на загальну систему оподаткування неприбуткових сільгоспвиробників з метою віднесення збитку на наступні податкові періоди.

Висновки. З огляду на те, що результати численних наукових досліджень теоретичних і практичних аспектів та механізмів справляння основних податків, що сплачуються сільськогосподарськими товаровиробниками, є неврегульованими. Вони потребують комплексного вирішення, що передбачає проведення всебічного дослідження теоретичних засад формування системи оподаткування в галузі сільського господарства, загальної оцінки її сучасного стану та окреслення варіантів розвитку шляхом внесення змін податкового законодавства. Таким чином реформування аграрної галузі в напрямку стрімкого розвитку агрохолдингів, запровадження ринку землі, потребує оперативного

розгляду та змін і уточнень до спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу, що стимулюватимуть у першу чергу сільський розвиток.

Концептуальні підходи, які мають бути покладені в основу змін:

- поліпшення розвитку інтеграційних процесів між виробником, переробником та реалізатором;
- впровадження системи спеціального оподаткування аграрного бізнесу, як складової окремої підсистеми податків в агропромисловій сфері;
- стимулювання спеціальним оподаткуванням диверсифікації аграрного бізнесу та участі підприємств у сільському розвитку;
- застосування системи спеціального оподаткування лише для селоутворюючих аграрних підприємств;
- дотримання принципів стабільності та єдиних підходів у системі оподаткування сільськогосподарських товаровиробників;
- підвищення зручності в обчисленні та справленні таких податків.

Список використаних джерел

1. Гривнак К. Фіксований сільськогосподарський податок / К. Гривнак // Вісник податкової служби України. – 2011. – №4. – С. 23 – 24.
2. Гудзь О. Є. Діагностика забезпечення сільськогосподарських підприємств фінансовими ресурсами / О. Є. Гудзь // Вісник ХНТУСГ : економічні науки. – Х. : ХНТУСГ, 2010. – Вип. 55. – 375 с. – С. 261 –267.
3. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)" від 28 грудня 2014 року № 71-VIII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T140071.html.
4. Малініна Н. Аналіз оподаткування сільськогосподарських товаровиробників та шляхи його вдосконалення / Н. Малініна // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2009. – Вип. 142, частина 2. – С. 83 – 89.
5. Палей С. І знову до питання про реформування ПДВ / С. Палей // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 11. – С. 38–43.
6. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
7. Синчак В.П. Система оподаткування у сільському господарстві України: теорія, методологія та практика: монографія / В.П. Синчак. - Хмельницький: ХУУП, 2008. - 476 с.
8. Тулуш Л.Д. Формування інструментарію прямого оподаткування сільськогосподарських товарів / Л.Д. Тулуш // Облік і фінанси АПК. – 2010. - №1 – с.125-131.
9. Юрченко І.В. Особливості справляння ПДВ сільськогосподарськими товаровиробниками. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/406.pdf>.

СУТНІСТЬ І ЕТАПИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

С. В. Василенко, к.е.н.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. На сучасному етапі розвитку, існування, здійснення своєї господарської діяльності підприємства, незалежно від форм господарювання, потребують використання обґрунтованої стратегії, яка забезпечувала б реалізацію планів та була б чітким орієнтиром у довгостроковій перспективі. Саме дослідження перспектив бізнесу і сприяли виникненню понять, сутності та етапів розвитку стратегії, що є досить актуальними.

У світовій економічній науці аспектам стратегії приділено значну увагу. Фундаментальні дослідження питання сутності стратегії, етапів її розвитку висвітлено у працях М. Альберта, І. Ансоффа, Г. Гольдштейна, Л. Довганя, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Мескона, В. Немцова, М. Портера, А. Стрикленда, А. Томпсона, Ф. Хедоурі, А. Чандлера та ін. Класики теорії стратегії, зокрема, А. Томпсон та А. Стрикленд дають визначення категорії «стратегія» – це комплексний план управління, який повинен закріпити положення компанії на ринку і забезпечити координацію зусиль, залучення і задоволення споживачів, успішну конкуренцію і досягнення глобальних цілей. Іншими словами, стратегія означає вибір компанією шляху розвитку, ринків, методів конкуренції і ведення бізнесу [5, с. 32]. І. Ансофф при дослідженні сутності стратегії з'ясував, що стратегія – це системний підхід, що забезпечує складній організації збалансованість і загальний напрям зростання [1, с. 71]. Трактуючи вченими сутності стратегії здійснювалось відповідно з історичним періодом та умовами в яких функціонувало підприємство, а це вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ, зміни пріоритетів держави ін. Однак уміння правильно управляти і бачити перспективу слід будь-якому суб'єкту господарювання в будь-який час.

Виклад основного матеріалу. Слово стратегія походить від грецького «strategia» (stratos – військо, ago – веду), – найважливіша частина військової науки – мистецтво ведення великих операцій, компаній і війни в цілому [4, с. 662]. У військовій сфері поняття «стратегія» здобуло найбільшого відображення, що вивчало закономірності та розробляло плани військових операцій. З економічних поглядів – це сукупність дій, спрямована на досягнення цілей та розвиток підприємства.

В економічній сфері поняття «стратегія» почало з'являтися з 1911 року, саме в цей час в Гарвардському університеті було введено курс бізнесової політики. Близько 40 років друкувалися публікації керівників фірм та компаній, в яких відображалися певні принципи їх успіху, за суттю близькі до стратегічних. На теоретичному рівні щодо поняття «стратегія» кількість публікацій була обмеженою. До 50-х років формулювалися правила, які також узагальнювалися, уточнювалися та змінювалися.

Поняття та економічна сутність стратегії у періоди свого розвитку трактувались по-різному. Процес її еволюції обумовлений дослідженням перспектив бізнесу. У розвитку стратегії виділяють етапи, що відображені на рис. 1.

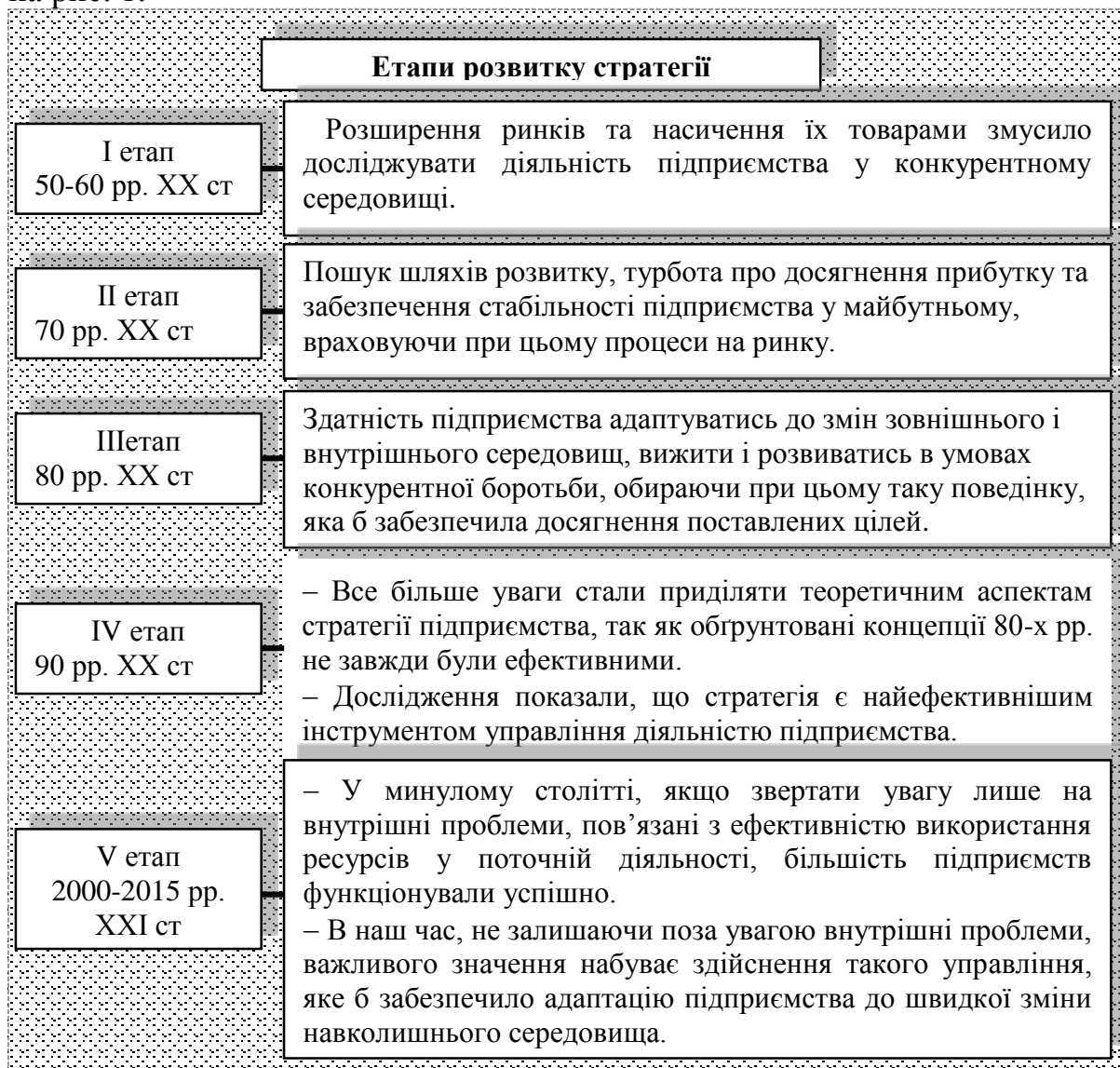


Рис. 1. Еволюція стратегій підприємства

Джерело: розроблено автором.

На початку 50-х років XX ст. термін «стратегія» почав активно використовуватись в наукових економічних виданнях, одним з яких є праця У. Ньюмана «Адміністрування: техніка організації і управління». Своєрідним поштовхом до відображення в літературі стратегії розвитку суб'єкта ринку посприяло накопичення ринку товарами та дослідження поведінки підприємства в конкурентному середовищі.

Період 60-х і початок 70-х років минулого століття характеризується кризовими явищами в економіці, пошуком нових шляхів успіху. Через відповідні зміни, що відбулися в зовнішньому середовищі, з'явилися методи і теорії стратегічного планування і управління, які стали активно розвиватись. У 1962 році виходить друком книга А. Чандлера «Стратегія і

структура», яка започаткувала теоретичні і практичні знання в цій науці. З поглядів автора стратегія – «визначення базових довгострокових цілей та орієнтирів підприємства, вибір основних дій та забезпечення необхідним для досягнення таких цілей ресурсів» [8].

У 70-ті роки ХХ століття, вивчаючи і продовжуючи розвивати положення А. Чандлера, представник Гарвардської бізнес-школи К. Ендрю в праці «Концепція корпоративної стратегії» показав основи стратегії – її формулювання та реалізацію (досягнення) [6]. Формулювання стратегії – це визначення ідеальної мети, що у поєднанні з організаційними наповненнями здійснюють її виконання.

Американський теоретик П. Друкер охарактеризував 80-ті роки як початок «епохи без закономірностей», коли можна бути впевненими лише в тому, що нестабільність, нестійкість середовища будуть посилюватися. Тому майбутнє забезпечується не гонитвою за прибутками, накопиченням, а розбудовою підприємства (фірми, організації), внаслідок чого воно ставало б гнучким й адаптивним до змін. Головну ціль «прибуток» він пропонував замінити на «цілі виживання» [2, с. 17].

Першою науковою працею із проблем стратегії підприємств, яка заслуговує особливої уваги, є праця відомого американського економіста російського походження І. Ансоффа «Корпоративна стратегія» [7]. Автор вважає, що стратегія є набором правил для прийняття рішень, якими організація керується в своїй діяльності. Він виділяє чотири різні групи правил: правила, що використовуються при оцінці результатів діяльності фірми на сьогодні і в перспективі; правила, за якими складаються відносини фірми з її зовнішнім середовищем; правила, за якими встановлюються відносини і процедури всередині організації; правила, за якими фірма здійснює свою щоденну. Використання запропонованих правил покращить діяльність підприємства та сприятиме досягненню та виконанню стратегічних рішень.

Ближче до кінця ХХ століття швидкими темпами здійснюється розвиток в галузі науки зі стратегічного менеджменту. Все більше уваги приділяється впровадженню стратегії на підприємстві. У 80-ті роки проблемам стратегії підприємства, які наближено відповідали сучасному етапу, приділяє увагу вчений М. Портер. У своїх працях автор висвітлює основи формування теорії стратегій. На його думку [3], «враховуючи природу економічної конкуренції можна вивести чотири вихідні положення побудови теорії стратегії підприємства: 1. Вибір підходу до побудови теоретичного підґрунтя; 2. Побудова ланцюга причинності; 3. Визначення часового горизонту; 4. Доведення правильності теорії через емпіричні докази».

Кінець ХХ – початок ХХІ століття характеризується значними економічними змінами. Концепції, обґрунтовані в минулому столітті, не завжди підтверджували свою ефективність, а тому мали потребу у нових дослідженнях стратегії діяльності підприємства. Досліджуючи стратегію

підприємства, науковців об'єднує спільна думка, що саме вона є незамінним інструментом управління.

Останнім етапом, який розпочався на початку ХХІ століття і триває до сьогодні, є становлення сучасної стратегії підприємства. Сучасна стратегія підприємства сприяє: швидкому і своєчасному реагуванню на зміни в навколишньому середовищі, забезпеченню успіху в довгостроковій перспективі, отриманню конкурентних переваг, досягненню намічених цілей.

Висновки та пропозиції. На характер та суть стратегії підприємства впливають не тільки зміни історичного періоду, а й умови в яких здійснюється діяльність підприємства. Розвиток стратегії підприємства здійснювався поетапно і саме визначення в науковій літературі відповідно формулювалось вченими по-різному. Визначення терміну стратегія суттєво диференціюється, а тому потребує розробки конкретних аспектів, що має стати завданням подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Клівець П. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. / П. Г. Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
3. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер; пер. з англ. А. Олійника, Р. Скільського. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
4. Словарь иностранных слов / [ред. Ф.Н. Петров и др.]. – М.: ЮНВЕС, 1995. – 832с.
5. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [12-е изд.] / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
6. Andrews K. R. The Concept of Corporate Strategy / K. Andrews. – Dow Jones Irmin, Homewood, 1971.
7. Ansoff I. Corporate Strategy / I. Ansoff. – McGraw Hill, York, 1965.
8. Chandler Jr. A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Jr. Chandler. – MTT Press, 1962.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Вероніка Полянко,
студентка напр. підг. «Облік і аудит»⁷*

⁷ Науковий керівник – к.е.н., доцент О. М. Николюк

Актуальність теми. В умовах спаду економіки України, нестабільності національної валюти, зменшення купівельної спроможності населення виникає потреба у пошуку економічно вигідних рішень щодо організації діяльності підприємства. Адаптація до постійних змін зовнішнього середовища вимагає формування нових та корегування існуючих моделей управління економічними суб'єктами. Одним із багатофункціональних методів поточного та стратегічного планування господарської діяльності є метод оптимізаційного моделювання. Економіко-математичне моделювання на підприємстві використовується для розв'язання задач оптимізації господарської діяльності та є основою визначення різноманітних варіантів розвитку господарських процесів. Його поєднання із комп'ютерними технологіями та спеціальним програмним забезпеченням створює ефективний засіб реалізації управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень. Значний внесок у формування теоретичних та практичних аспектів лінійного програмування здійснили такі вчені: Л. Канторович, Л. Гавурін, Дж.-Б. Данциг, О. Додонов, А. Кузьмичов, Т. Кравченко, М. Браславець, А. Іванов, Ю. Каракулев, І. Бабин, А. Леоненков, В. Листопад, В. Лавров, Н. Спирин. Водночас, недостатньої уваги приділено універсальній схемі аналізу результатів задач оптимізації в *MS Excel* та розробці пропозицій щодо покращення отриманого плану.

Результати дослідження. Аналіз оптимального рішення проводять на основі результатів розв'язання задачі оптимізації, які у *MS Excel* представлено у трьох типах звітів: звіт про результати, звіт про стійкість («Отчет об устойчивости»), звіт про границі («Отчет о пределах») [1]. Звіт про результати надає інформацію про стан використаних ресурсів та кількісну оцінку оптимального плану (тобто x_1, x_2, \dots, x_n) цільової функції F . Звіт про стійкість дає можливість оцінити можливі зміни значення цільової функції, обсягів ресурсів та коефіцієнтів моделі у разі корегування отриманого рішення (плану). Звіт містить дві таблиці: «Ячейки переменных» та «Ограничения». У табл. 1 наведено основні результативні показники оптимізації, які необхідно враховувати при корегуванні. Звіт про границі показує, в яких межах можуть змінюватись величини оптимального плану при збереженні структури плану.

Корегування оптимального рішення передбачає зміну граничних умов, обсягу наявних ресурсів, норм витрат та коефіцієнтів цільової функції. З методичної точки зору найпростіше збільшувати наявні ресурси. При цьому, якщо у реальних умовах збільшити ресурси неможливо, то кількість дефіцитних ресурсів примножують за рахунок тих, що є у надлишку. Також можна змінити граничні умови, ввівши обмеження щодо максимально або мінімально прийнятного значення змінної x . Набагато важче впливати на зміну норм витрат та коефіцієнти цільової функції, оскільки розмір витрат та рівень цін на продукцію часто залежать від зовнішніх неконтрольованих підприємством чинників.

**Основні результативні показники задачі оптимізації,
необхідні для корегування оптимального плану**

Показник	Інтерпретація
<i>Таблиця «Ячейки переменных»</i>	
Приведена вартість	Двоїста оцінка, яка показує на скільки збільшиться цільова функція F , якщо оптимальне значення відповідної змінної збільшити на 1.
Допустиме збільшення	Максимальне значення коефіцієнта цільової функції, при якому зберігається оптимальне рішення задачі.
Допустиме зменшення	Мінімальне значення коефіцієнта цільової функції, при якому зберігається оптимальне рішення задачі.
<i>Таблиця «Ограничения»</i>	
Тіньова ціна	Показує на скільки збільшиться значення цільової функції F , якщо запас відповідного ресурсу збільшити на одиницю. Чим більше значення тіньової ціни, тим вигідніше збільшувати запас ресурсу.
Допустиме збільшення	Показує на скільки можна збільшити наявний обсяг ресурсу, щоб зберегти отриманий оптимальний план.
Допустиме зменшення	Показує на скільки можна зменшити наявний обсяг ресурсу, щоб зберегти отриманий оптимальний план.

Джерело: складено на основі [2].

На рис. 1 відображено схему процесу корегування границь та обсягу ресурсів з метою покращення значення цільової функції.



**Рис. 1. Схема корегування границь та обсягу ресурсів
з метою збільшення цільової функції**

При корегуванні граничних норм необхідно проаналізувати приведену вартість у таблиці «Ячейки переменных». Чим вищою є приведена вартість, тим вигідніше збільшувати значення відповідної змінної (у разі максимізації цільової функції). Аналогічно проводиться корегування обсягу ресурсів, тільки спочатку аналізують тіньову ціну в таблиці «Ограничения». Чим більше її значення, тим вигідніше збільшувати запас відповідного ресурсу. Оптимальним є забезпечення повного використання всіх наявних ресурсів.

Розглянемо запропоновану методику на прикладі. Підприємство випускає продукцію чотирьох видів $P_1 - P_4$, для виготовлення якої використовуються трудові та грошові ресурси і сировина. У результаті розв'язання задачі отримано такий оптимальний план: обсяг виробництва продукції $P_1 - 10$ од., обсяг виробництва продукції $P_3 - 6$ од. Продукцію P_2 та P_4 при заданій умові виробляти не доцільно. Максимально можливий розмір прибутку становить 1320 грн. Дані звітів, отриманих в *MS Excel* зведемо в табл. 2.

Таблиця 2

Результати розв'язання задачі оптимізації

Показник	Вид продукції				Вид ресурсу		
	P_1	P_2	P_3	P_4	Трудові, люд.-год.	Сировина, т	Грошові, грн
Оптимальне значення	10	-	6	-	16	84	100
Приведена вартість	-	-10	-	-20	-	-	-
Тіньова ціна	-	-	-	-	20	-	10
Залишок ресурсів	-	-	-	-	-	26	-
Допустиме збільшення	40	10	30	20	3,5	-	60
Допустиме зменшення	12	-	13	-	6	26	36

За результатами оптимізації підприємство повністю використовує трудові та грошові ресурси. Сировина залишається в надлишку. Якщо підприємство хоче збільшити свій прибуток, йому слід збільшувати трудові та грошові ресурси, які використовуються для виробництва продукції. Краще збільшувати обсяг трудових ресурсів, оскільки для них тіньова ціна є найбільшою. Збільшення трудових ресурсів на 1 люд.-год. забезпечуватиме додатковий прибуток у розмірі 20 грн, а грошових ресурсів на 1 грн – прибуток у розмірі 10 грн.

Також змінимо нижню границю для виробництва продукції P_2 та P_4 , звернувши увагу на «Приведену вартість». Приведена вартість виробництва продукції P_2 дорівнює (-10) грн, продукції $P_4 - (-20)$ грн. Це означає, що при виробництві 1 од. продукції P_2 прибуток підприємства знизиться на 10 грн, а при виробництві 1 од. продукції $P_4 -$ на 20 грн. Тому підприємству не вигідно виробляти великий обсяг такої продукції. Однак, менші втрати воно матиме у разі виробництва продукції P_2 та P_4 .

Після коригування отримали новий план: обсяг виробництва продукції $P_1 - 15$ од., обсяг виробництва продукції $P_2 - 2$ од., продукції $P_3 - 1$ од., та продукції $P_4 - 1$ од. Загальний прибуток від реалізації продукції становить 1352,7 грн, що більше за попереднє оптимальне значення на 32,7 грн. Після проведеного корегування всі ресурси підприємства вичерпано. Таким чином, за допомогою задач оптимізації підприємство може розробити систему заходів щодо максимізації прибутку та ефективності господарської діяльності, який у подальшому необхідно корегувати, виявляючи резерви на основі аналізу звітів у табличному процесорі MS Excel.

Список використаних джерел

1. Жалдак М. І. Основи теорії і методів оптимізації: навч. посіб. / М. І. Жалдак, Ю. В. Триус. – Черкаси : Брама-Україна, 2005. – С. 587-591.
2. Бродський Ю. Б. Економіко-математичне моделювання: Конспект лекцій для студентів економічних с.
3. Леоненков А. В. Решение задач оптимизации в среде MS Excel / А. В. Леоненков. – СПб. : БХВ – Петербург, 2005. – 704 с.

ВПЛИВ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Вікторія Макарчук,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»⁸*

Вступ. Фінансовий стан підприємств сільського господарства України останнім часом характеризується загальним погіршенням. За даними Державної служби статистики України близько 30 % сільськогосподарських підприємств є збитковими. Це зумовлено тим, що фінансова діяльність підприємства пов'язана з багатьма ризиками, ступінь впливу яких на результати його діяльності значно підвищується з переходом до ринкової економіки. Ризики, що супроводжують цю діяльність, виділяють в окрему групу фінансових ризиків, що домінують в загальному “портфелі ризиків” підприємства. Збільшення ступеня впливу фінансових ризиків на результати фінансової діяльності підприємства пов'язано з багатьма чинниками, а саме: швидкою зміною економічної ситуації в країні, трансформацією кон'юнктури фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин, появою нових фінансових технологій та інструментів.

Подібний негативний вплив підвищує фінансовий ризик діяльності сільськогосподарських підприємств і може призвести до їхнього банкрутства. Запобігання банкрутству і стабілізації фінансового стану вказаних суб'єктів господарювання вимагає формування дієвого механізму контролю фінансових ризиків в умовах нестійкої економічної ситуації.

Аналіз останніх досліджень. Проблема впливу фінансових ризиків на результати діяльності підприємств та управління ними є предметом наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених, а саме: Фере В., Шарп У., Райс Т., Вітлінського В.В., Верченко П.І., Великоіваненко Г.І., Ястремського О.І., Мертенс О.В., Бланк І.А., Гудзь О.Є., Левицької Є.В., Лігоненко Л.О. та ін.

Узагальнення вивченого матеріалу свідчить про те, що діяльність сільськогосподарських підприємств реагує лише на явні сильні загрози прояву фінансового ризику, в той момент, коли їх вплив на підприємство найбільший. Цим самим скорочуючи термін реагування на ризик і якість прийняття заходів щодо їх впливу. Тому необхідним залишається

⁸Науковий керівник – к.е.н., доцент Фещенко Н. М.

подальше обґрунтування специфіки управління фінансовими ризиками сільськогосподарських підприємств, беручи до уваги сучасні умови ринкової економіки та економічний стан країни в цілому.

Результати досліджень. Дане дослідження має на меті обґрунтування необхідності виявлення та ідентифікації фінансових ризиків, особливостей їх впливу на результативність діяльності сільськогосподарських підприємств, а також обґрунтування напрямків вдосконалення системи управління фінансовими ризиками.

У процесі своєї діяльності суб'єкти господарювання функціонують у ринковому середовищі, що постійно змінюється, цим самим щоразу наражаючи себе на фінансові ризики. Одним з найпоширеніших ризиків сільськогосподарських підприємств є недостатня забезпеченість власними фінансовими ресурсами, другий – складна процедура отримання банківських кредитів. Відповідно, це негативно впливає на ефективність виробництва сільськогосподарської продукції та спричиняє низький рівень ефективності використання капіталу підприємства через неможливість побудови оптимальної його структури.

Дослідження здійснене на базі даних із статистичного збірника «Сільське господарство України». До уваги представлено загальні результати сільськогосподарської діяльності сільськогосподарських підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

**Загальні результати сільськогосподарської діяльності
сільськогосподарських підприємств України**

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.	Відхилення
Чистий дохід (виручка) від реалізації с/г продукції та послуг, млн. грн.	104082,8	132206,1	133428	-29345,1
у т. ч. с/г продукції	100681,2	128452,6	128685	-28003,6
Прибуток, збиток (-) від реалізації с/г продукції та послуг, млн. грн.	21833,3	22683,3	14294,1	7539,2
у т. ч. с/г продукції	21530,2	22297,1	13516,8	8013,4
Рівень рентабельності с/г діяльності, %	26,5	20,7	12,0	14,5
Рівень рентабельності виробництва с/г продукції - всього, %	27,2	21,0	11,7	15,5

У табл. 1 можна побачити, що відносні показники, такі як: прибуток, збиток (-) від реалізації с/г продукції та послуг, рівень рентабельності с/г діяльності, рівень рентабельності виробництва с/г продукції, з кожним роком знижуються.

Дану тенденцію можна пояснити впливом, в першу чергу, фінансових ризиків. Якщо вчасно не запобігти цьому, підприємство наражає себе на збільшення ймовірності негативних фінансових наслідків, таких як збитки або недоотримання частини доходу.

Управління фінансовими ризиками дає можливість раціонально використовувати ресурси, розподіляти відповідальність, покращувати результати діяльності підприємства та забезпечувати прийнятний рівень ризику [1]. При забезпеченні нейтралізації фінансових ризиків суб'єкти господарювання можуть використовувати стратегію уникнення ризику або стратегію утримання ризику.

Перша стратегія передбачає розробку таких заходів внутрішнього характеру, які повністю виключають конкретний вид фінансового ризику. До них відносять:

- 1) відмову від здійснення фінансових операцій, рівень ризику яких надмірно високий;
- 2) відмова від продовження господарських відносин із партнерами, які систематично порушують контрактні зобов'язання;
- 3) відмова від надмірного використання у великих обсягах позикового капіталу;
- 4) відмова від використання тимчасово вільних грошових активів у короткострокових фінансових інвестиціях [3].

Друга стратегія передбачає прийняття суб'єктом господарювання певної величини фінансового ризику і реалізується за рахунок сукупності спеціальних методів та фінансових технологій.

Означені методи утримання фінансових ризиків спрямовані на більш детальне вивчення проблемних питань, які в будь-який момент можуть обернутися серйозними проблемами для сільськогосподарських підприємств, а також на розробку ряду заходів для зниження рівня ризику, який виникає за певних умов [5].

При цьому, інструментами утримання ризику, якими підприємство може скористатись самостійно, виступають:

- 1) диверсифікація фінансових ризиків: переробка сільськогосподарської продукції; виробництво несільськогосподарської продукції та надання послуг; екологічно чисте виробництво сільськогосподарської продукції та здійснення діяльності зі збереження ландшафтів і виробництва добрив;
- 2) хеджування фінансових ризиків: опціон; форвардні і ф'ючерсні контракти; своп-контракти; варанти та ін.;
- 3) механізм лімітування концентрації фінансових ризиків: максимальний розмір вкладення засобів у цінні папери одного емітента; максимальний період відвернення засобів у дебіторську заборгованість;
- 4) самострахування та страхування із залученням страхових компаній: формування резервного фонду, цільових резервних фондів; використання нерозподіленого прибутку звітного періоду; страхування фінансових ризиків із залученням страхових компаній [4].

Висновки. Сільськогосподарські підприємства в умовах жорсткої конкуренції змушені приймати рішення щодо збільшення прибутковості, проте такі рішення підвищують і рівень фінансового ризику. Проблема фінансових ризиків суб'єктів господарювання є надзвичайно актуальною,

оскільки вони не дозволяють реалізувати заплановані фінансові результати. Тому ефективне і результативне управління фінансовими ризиками дозволить уникнути збитковості підприємства, його банкрутства та ліквідації.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко А. В. Механізми нейтралізації фінансових ризиків українських підприємств в умовах глобалізації / А. В. Ігнатенко, В. Г. Кабанов, О. І. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №5 (95). – С. 136-144.
2. Кубинець Ю. Ризики фінансової діяльності: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.library.tane.edu.ua/
3. Некрасов А. Управління фінансовими ризиками в Україні в сучасних умовах / А. Некрасов, В. Пастухов // Економічний простір. – 2011. – Вип. 16(125). – С. 112.
4. Захарова Н. Механізм управління фінансовими ризиками аграрних підприємств / Н. Захарова // Вісник СНАУ. – 2011. – Вип. 6/2. – С. 164.
5. Яковлева І.М. Управління фінансовими ризиками компанії. Частина 2 / І.М. Яковлева // Довідник економіста. - 2009. - № 8. - С.51.

ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*М.А. Кулеша,
студентка Ф-12-1 9*

Постановка проблеми. Однією з найважливіших проблем ефективного розвитку підприємництва в ринкових умовах є формування і підтримка фінансової безпеки як основної складової економічної безпеки підприємства. Особливо гостро це питання виникає в ситуації, що пов'язана з підприємницьким ризиком, недобросовісною конкуренцією, а також зі слабкістю або відсутністю необхідної законодавчої бази діяльності суб'єктів господарювання.

Поняття „фінансова безпека” як самостійний об'єкт управління є відносно нове, введене в науковий обіг в останньому десятилітті. При цьому, багато питань, що розглядаються, є спірними. Конкретні показники оцінки рівня безпеки держави, що досліджуються в економічній літературі, - непереконливі, а на рівні підприємства по суті не існують. Тому проблема забезпечення фінансової безпеки як основи ефективної діяльності та виживання є актуальним питанням на цей час.

Аналіз останніх досліджень. Питання, пов'язані з поняттям „фінансова безпека держави” є об'єктом дослідження таких вітчизняних вчених, як О.І. Барановський, М.М. Єрмошенко, М.І. Камлик, В.А. Копилов, В.С. Сідак та

⁹ Науковий керівник – к.е.н. Недільська Л.В.

ін. Усі дослідження названих науковців спрямовані на теоретико-практичне обґрунтування необхідності захисту фінансових інтересів держави, розроблення теоретико- методологічних основ забезпечення її безпеки, на побудову поняттєвого інструментарію тощо.

Питанням, пов'язаним із забезпеченням фінансової безпеки підприємства, присвячені ґрунтовні дослідження І.А. Бланка.

Результати дослідження. Загальні характеристики фінансової безпеки підприємства полягають в тому, що фінансова безпека, по-перше, виступає основним та найважливішим структурним елементом економічної безпеки підприємства; по-друге, являє собою систему кількісних та якісних індикаторів фінансового стану підприємства, що відображає реальний рівень захищеності його фінансових інтересів; по-третє, створює фінансові передумови сталого розвитку підприємства сьогодні та в майбутньому [1].

Отже, фінансова безпека підприємства – це кількісно та якісно детермінований рівень фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії й створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого росту в поточному й перспективному періоді [1].

Однією з умов фінансової безпеки підприємства є захищеність його фінансових ресурсів від зовнішніх і внутрішніх загроз [2, с. 233].

Джерелами негативних впливів на фінансову безпеку підприємства можуть бути:

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

- збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках підприємства, інновації, форс-можорні обставини тощо).

Зважаючи на особливості прояву та визначальні чинники, можна запропонувати наступну послідовність діагности рівня фінансової безпеки підприємств:

1. Визначення переліку фінансових показників, що можуть бути використані для проведення діагности фінансової безпеки підприємства і які можна розрахувати на основі даних публічної бухгалтерської звітності: форми 1 «Баланс» та форми 2 «Звіт про фінансові результати».

2. Проведення нормування значень обраних показників за допомогою наступної формули:

$$a_i = \left(\frac{I_{i\phi}}{I_{in}} \right)^n (1)$$

де $I_{i\phi}$, I_{in} - відповідно фактичне і нормальне значення і-го показника;

n – показник ступеня (для показника типу «мінімум» дорівнює 1, для показника типу «максимум» дорівнює -1).

3. Розрахунок інтегральних показників рівня фінансової безпеки підприємства. Такий розрахунок пропонується здійснювати шляхом згортання показників фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності в єдиний показник за допомогою графічного методу.

4. За допомогою отриманих значень інтегральних показників можна охарактеризувати рівень фінансової безпеки підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Градація рівнів фінансової безпеки підприємства

$R_{\text{інт границь}} > R_{\text{інт}} > R_{\text{інт норм}}$	$R_{\text{інт границь}} < R_{\text{інт}} < R_{\text{інт норм}}$	$R_{\text{інт}} < R_{\text{інт границь}},$ $R_{\text{інт}} < R_{\text{інт норм}}$
стабільний	задовільний	критичний

Проілюструємо розглянутий підхід, використовуючи дані ТОВ «Корпорація «МАЙС»». У табл. 2 наведено основні показники, що характеризують фінансову стійкість ТОВ «Корпорація «МАЙС»».

Таблиця 2

Показники фінансової стійкості ТОВ «Корпорація «МАЙС»»

Показник	Нормативне значення	Граничне значення	Фактичне значення			Абсолютні відхилення	
			2012 р.	2013 р.	2014 р.	2013 р. до 2012 р.	2014 р. до 2013 р.
1. Коефіцієнт концентрації власного капіталу	> 0,5	0,7	0,19	0,01	0,04	-0,18	0,03
2. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	< 0,5	0,7	0,81	1,01	0,96	0,20	-0,05
3. Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	0,5	0,7	0,49	0,16	-	-0,33	-
4. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	< 0,5	1,5	0,42	0,82	-	0,40	-
5. Коефіцієнт покриття	> 1,0	2	1,075	0,723	0,591	-0,351	-0,133
6. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	1	0,421	0,174	0,370	-0,247	0,197
7. Коефіцієнт покриття запасів	0	0,5	0,574	0,028	0,210	-0,546	0,182
8. Коефіцієнт фінансової автономії	0,5	1	0,194	0,011	0,041	-0,183	0,030

На основі даних таблиць було побудовано діаграму «Паук», яка дає можливість наочної інтерпретації отриманих результатів (рис. 1), що дозволяє швидко визначити поточний стан фінансової безпеки підприємства, а також стан фінансової безпеки, до якого варто прагнути.

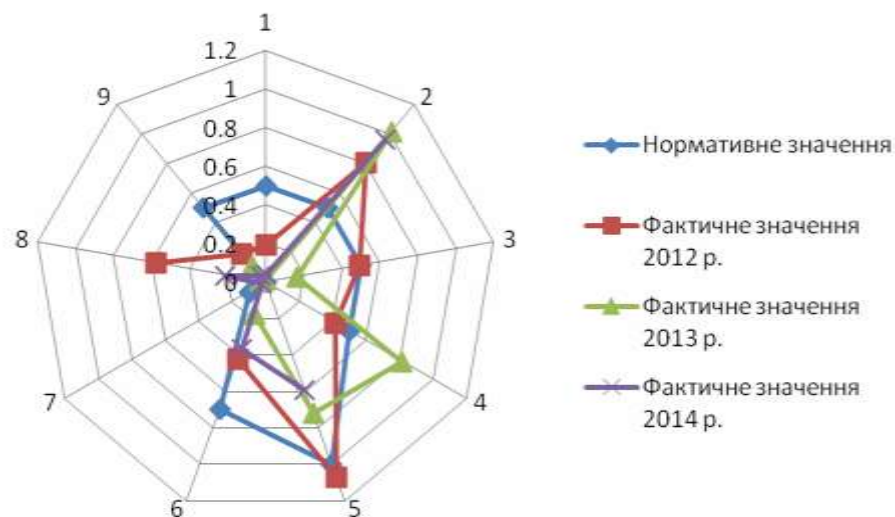


Рис.1 Графічна інтерпретація рівня фінансової безпеки ТОВ «Корпорація «МАЙС»»

Для переведення показників ліквідності та платоспроможності у порівняльний вигляд наступним кроком має стати нормування показників відповідно до формули 1. Для цього необхідно прийняти припущення про те, що якщо позитивне значення для підприємства має зростання показника його вважатимемо за показник типу «максимум» (дорівнює -1) і відповідно показники, які повинні мати тенденцію до зниження, приймаємо за показники типу «мінімум» (дорівнює 1). Результати розрахунків наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Результати розрахунку інтегральних показників для оцінки фінансової безпеки ТОВ «Корпорація «МАЙС»»

	Нормативне значення	Граничне значення	Фактичне значення		
			2012 р.	2013 р.	2014 р.
Значення інтегрального показника	1,661	6,398	0,342	0,001	0,002

Висновки. Таким чином, проведене дослідження свідчить про те, що значення фактичного інтегрального показника рівня фінансової безпеки підприємства за всі три роки менше нормативного та граничного, що дає можливість охарактеризувати стан фінансової безпеки підприємства, як критичний.

Список використаних джерел

1. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: Навч. курс. – К.: Ніка-центр, Ельга, 2001. – 528 с.
2. Васькова Ю. І. Фінансова безпека підприємства – провідна складова економічної безпеки та засіб попередження кризи / Ю. І. Васькова // Вісник Луганського національного аграрного університету. -2014.- №1 (33) .-с. 230-234.

3. Іванова А.О. Методичні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства / А.О. Іванова // Вісник НТУ «ХП». -2013.- №21 (994) .-с. 29-37.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ЦІЛЕЙ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

*Юлія Куйдан,
бакалавр напр. підг. «Фінанси і кредит»¹⁰*

Постановка проблеми. Успішне розв'язання стратегічних завдань продовольчого забезпечення населення та продовольчої безпеки країни в значній мірі залежить від усталеного й ефективного функціонування, достатнього ресурсного забезпечення вітчизняних сільськогосподарських підприємств. У сучасних умовах нестабільної політичної ситуації, економічної кризи та падіння платоспроможного попиту населення українським аграріям дуже важко, але необхідно зберігати власні ринкові позиції, підтримувати належну якість виробленої продукції, утримувати адекватні ціни на товари, зберігати наявний персонал, підтримувати стійкий фінансовий стан. Це вимагає створення та реалізації системи постійних моніторингових досліджень, яка б оперативно інформувала про фінансовий стан підприємств, дозволяла своєчасно виявляти ознаки стагнації підприємства, причини її появи, вид і ступінь виникнення кризового стану та пропонувала шляхи його оптимізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки фінансового стану вітчизняних підприємств внесли вчені-економісти: Л. Д. Білик, Ф. Ф. Бутинець, В. М. Івахненко, Л. А. Лахтіонова, Є. В. Мних, В. В. Сопко, О. О. Терещенко, С. І. Шкарабан, Ю. С. Цал-Цалко та ін. Широке коло питань, пов'язаних з аналізом фінансово-економічного стану аграрних підприємств, досліджували Ю. Ю. Мороз [1], О. С. Галушко, О. Р. Жидяк [2], Л. М. Лях, О. Ю. Коваленко [3], та ін. Також значний внесок в дослідженні відведено А. М. Поддєрьогіну, І. С. Левику [4] В. М. Опаріну, О. М. Рудницькій [5], Г. В. Полозовій [6]. Вчені аналізують вплив екзо-генних та ендегенних факторів на фінансовий стан підприємства, визначають причини кризового стану, однак проблеми покращення фінансового стану та пошуку шляхів перспективного розвитку аграрних підприємств потребують подальших досліджень.

Результати дослідження. Спробу систематизувати інструменти стратегічного аналізу здійснили В. П. Баранчєєв, І. С. Левик, В. В. Пастухова, Ю. В. Печериця, І. Т. Райковська, О. М. Скібіцький та

¹⁰ Науковий керівник: к.е.н., доцент Дорохова Л. М.

інші. Так, О. М. Скібіцький, В. П. Баранчєєв та В. В. Пастухова, досліджуючи способи і прийоми стратегічного аналізу, здійснили спробу аналізу фінансового стану підприємства, його місії і цілей, використовуючи метод побудови «дерева цілей».

Діяльність підприємства на ринку спрямована на досягнення певних стратегічних і тактичних завдань, які дозволяють забезпечити конкурентоздатність і ефективну господарську діяльність, здатність виживати на ринку. Цілі підприємства – це визначення якісних і кількісних характеристик функціонування підприємства, до досягнення яких воно прагне. При визначенні цілей діяльності підприємства користуються методом побудови «дерева цілей», котрий полягає у визначенні головної цілі і формулюванні цілей різних рівнів, що сприяють досягненню головної цілі.

«Дерево цілей» - це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії. Перевагою цього методу є те, що він уможливорює поділ складного завдання, яке важко формалізувати, на сукупність простіших завдань, для розв'язання яких існують перевірені прийоми і методи. Послідовний поділ розв'язуваної проблеми на її частини – підпроблеми – є важливим етапом системного аналізу проблем.

Отже, побудуємо дерево цілей та визначимо першочергові проблеми, які необхідно вирішити ДП «Старокостянтинівське лісове господарство» (рис. 1).



Рис. 1. Дерево цілей ДП «Старокостянтинівське лісове господарство»

За результатами аналізу основних показників, що характеризують фінансовий стан ДП «Старокостянтинівське лісове господарство», можна зробити висновки, що в першу чергу доцільно звернути увагу на проблеми забезпечення ліквідності та фінансової стійкості підприємства. Так, коефіцієнт абсолютної ліквідності протягом досліджуваного періоду (2012-2014 рр.) значно нижчий нормативного значення, спостерігається також

суттєве зменшення коефіцієнта забезпечення власними оборотними коштами та зростання показників фінансової залежності і співвідношення власних та позикових коштів. Це свідчить про посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів. Що стосується показників рентабельності та ділової активності, їх рівень та зміни можна в цілому оцінити позитивно.

Оцінимо значущість цілей покращення фінансового стану підприємства. З цією метою визначимо цілі, досягнення яких є необхідним для забезпечення задовільного фінансового стану підприємства, упорядкуємо цілі за їх пріоритетністю та надамо їх значення вагомості (табл. 1).

Таблиця 1

**Визначення цільових орієнтирів стабілізації фінансового стану
ДП «Старокостянтинівське лісове господарство»**

№	Перелік цілей (за пріоритетністю) (Z)	Значення вагомості цілей (V)
1.	Збільшення власних коштів	1,0
2.	Зменшення частки кредитів	0,3
3.	Залучення довгострокових позик	0,3
4.	Зменшити собівартість	0,3
5.	Збільшення активів	0,2
6.	Збільшення ринків збуту	0,1

Оцінимо важливість цілі Z_1 відносно всіх інших. Нехай досягнення цілі Z_1 і всіх інших однаково важливе:

$$v_1 = v_2 + v_3 + v_4 + v_5 + v_6 = 1,2$$

тоді $v_1 = 1,2$.

Розглядаємо ряд без першої цілі, тобто порівнюються Z_2 та $\sum_{i=3}^6 Z_i$:
 $0,3 < 0,9$;

$$v_2 < v_3 + v_4 + v_5 + v_6$$

Визнаємо це відношення вірним.

Аналогічно встановлюємо значення інших v_i . У випадку, якщо оцінка v_i виявляється заниженою або завищеною, необхідно надати показникам вагомості інших кількісних значень. Оскільки значення v_i деяких цілей у процесі розрахунків змінились, результати розрахунків наведемо у табл. 2.

Таблиця 2

Z_i	Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Z_5	Z_6	$\sum v_i$
v_i	1,4	0,5	0,4	0,24	0,16	0,1	2,8
v'_i	0,5	0,18	0,14	0,08	0,06	0,04	1

Отже, провівши дослідження пріоритетних цілей підприємства, було визначено, що першочерговою ціллю для лісгоспу є збільшення власних коштів (значення $v_1 = 1,4$). Значення показника v_2 – зменшення частки кредитів становить 0,5, v_3 – залучення довгострокових позик становить 0,4,

значення v_4 – зменшення собівартості становить 0,24, значення v_5 – збільшення активів складає 0,16. Найменш важливою з цілей для підприємства є збільшення ринків збуту ($v_6=0,1$).

Висновки. Дослідження пріоритетних цілей дає можливість визначити найкращі цілі для підприємства, яких воно повинне досягти. За допомогою «дерева цілей» можна визначити головну ціль і підцілі різних рівнів, що сприяють досягненню головної цілі. Під час дослідження було встановлено, що першочерговою ціллю для покращення фінансового стану лісгоспу є збільшення власних коштів, для забезпечення якого необхідно передбачити низку заходів, таких, як: збільшення випуску продукції; поліпшення якості продукції; продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду; зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу; диверсифікація виробництва; розширення ринку продажів і інше.

Список використаних джерел

1. Мороз Ю.Ю. Моніторинг фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств / Ю.Ю. Мороз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: eztuir.ztu.edu.ua/1925/1/58.pdf
2. Жидяк О. Р. Фінансовий стан та вдосконалення контролю за фінансовими показниками аграрного підприємства / О. Р. Жидяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau
3. Коваленко О. Ю. Напрями поліпшення фінансового стану підприємств в ринкових умовах / О. Ю. Коваленко // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: «Экономика и управление». – 2011. - №2. – С. 70-76.
4. Левик І.С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання / І.С. Левик // Наука й економіка. – № 2(18). – 2010. – С. 132-138.4.
5. Рудницька О. М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств / О. М. Рудницька, Я. Р. Біленська / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2009_649/19.pdf
6. Полозова В.М. Сучасні підходи до оцінки фінансового стану підприємства / В. М. Полозова. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010, №5. – Т. 2. Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010.../078-083.pdf

ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПАФ «ДРУЖБА» ЧЕРНЯХІВСЬКОГО РАЙОНУ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Оксана Круковська,
студентка ОКР «Спеціаліст» спец. «Облік і аудит»¹¹

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. У теперішніх ринкових умовах, зважаючи на чинники, які впливають на діяльність та ефективне управління підприємством, використання сучасних методів економіко-математичного моделювання є невід'ємною складовою управлінського процесу. До найбільш поширених методів оцінки діяльності підприємств, які використовуються у виробничій діяльності, належать методи кореляційно-регресійного аналізу. Однією із цілей їх застосування є прогнозування фінансових показників підприємства.

З метою нейтралізації ризику неприбутковості та покращення фінансової діяльності, рентабельності та оборотності запасів підприємства потребує постійного аналізу та прогнозування. Покладаючись на досвід розвинутих країн прогнозування рентабельності та оборотності активів (зокрема запасів), як вагомих показників фінансового стану підприємства, дає можливість уникати значних прорахунків та пов'язаних із ними втрат. Тому важливим є питання застосування методів моделювання при побудові фінансово-економічних прогнозів на рівні підприємства.

Дослідженням тематики займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Зокрема, методи і моделі фінансового прогнозування розглядалися в працях М. М. Алексєєвої, Є. А. Афітова, І. Т. Балабанова, М. А. Болюха, Б. Є. Грабовецького, В. М. Гриньової, В. С. Єфремова, В. Є. Москалюка, О. О. Орлова. Значну роль прогнозуванню рентабельності приділяли С. Ф. Гече, В. Б. Середюк, О. Є. Ширягіна та інші.

Основний матеріал. Під прогнозуванням розуміють процес складання прогнозу як наукове обґрунтування можливих кількісних та якісних змін стану діяльності підприємства у майбутньому [2]. Під час визначення основної тенденції розвитку досліджуваного процесу використано метод екстраполяції динамічних рядів. Мета такого прогнозу – показати, яких результатів можна досягти у майбутньому, якщо рухатися до нього з тією самою швидкістю або прискоренням, що й у минулому [1]. Прогноз визначає очікувані варіанти економічного розвитку, виходячи із гіпотези, що основні фактори і тенденції минулого періоду збережуться на період прогнозу. Подібна гіпотеза висувається, виходячи з інертності економічних явищ і процесів [3].

Визначаємо рівняння трендів рівня рентабельності та оборотності запасів для досліджуваної ПАФ «Дружба» у середовищі табличного

¹¹ Науковий керівник – к.е.н., доцент О. М. Николук

процесора Excel (табл. 1). Для всіх рівнянь трендів рівня рентабельності фактичні значення критерію Фішера менші за табличні ($F_{\text{табл.}} = 5,32$). Тому зміна цього показника не характеризується ніякою тенденцією. Наведене свідчить про високий ступінь ризику ПАФ «Дружба». Провівши аналіз коефіцієнта детермінації для функцій тренду оборотності запасів, встановлено, що найкращою є поліноміальна функція 2-го порядку, для якої $R^2 = 0,504$. Коефіцієнт детермінації є статистично значущим, оскільки для квадратичного рівняння $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл.}}$ ($8,13 > 5,32$).

Таблиця 1

**Рівняння трендів рівня рентабельності
та коефіцієнта оборотності запасів**

Тип рівняння тренду	Рівняння тренду	Коефіцієнт детермінації	Критерій Фішера
<i>Рівень рентабельності, %</i>			
Експоненціальний	$y = 89,78^{-0,001t}$	0,00102	0,00817
Лінійний	$y = 89,8 - 0,027t$	0,00009	0,00072
Логарифмічний	$y = 89,57 + 0,05 \ln(t)$	0,00002	0,00016
Поліноміальний	$y = 86,20 + 1,77t - 0,16t^2$	0,02049	0,16743
Степеневий	$y = 89,65t^{-0,003}$	0,00043	0,03212
<i>Коефіцієнт оборотності виробничих запасів, %</i>			
Експоненціальний	$y = 1,85^{0,15t}$	0,47618	7,27300
Лінійний	$y = 0,66 + 1,48t$	0,36187	4,53663
Логарифмічний	$y = 0,87 + 2,81 \ln(t)$	0,38357	4,97795
Поліноміальний	$y = -2,12 + 2,46t - 0,16t^2$	0,50416	8,13423
Степеневий	$y = 1,65t^{0,62}$	0,47530	7,24681

Прогноз коефіцієнта оборотності запасів на 2015–2017 рр. наведено на рис. 1.

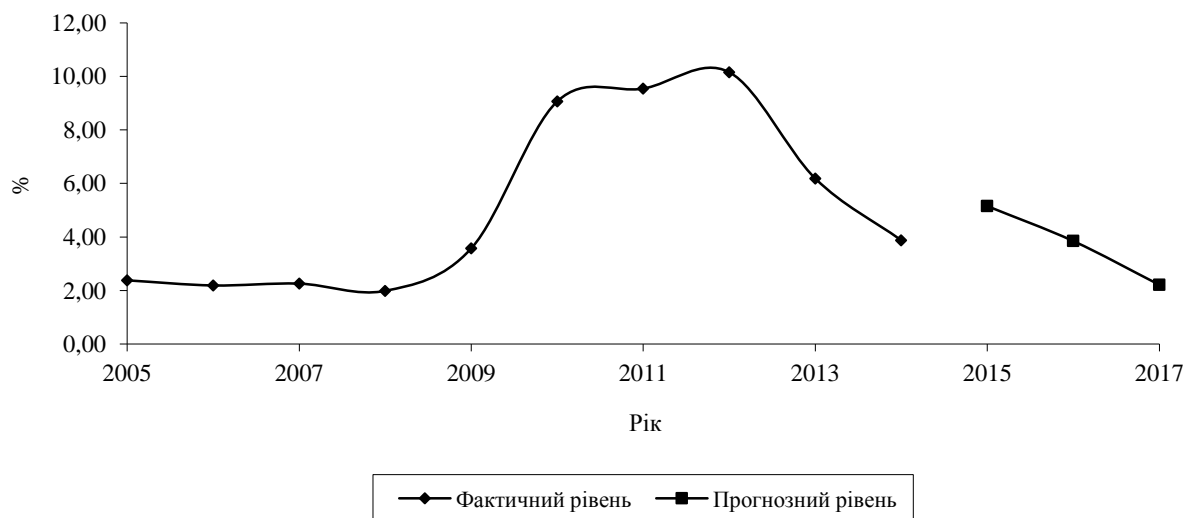


Рис. 1. Прогнозні значення коефіцієнта оборотності запасів

За результатами прогнозування коефіцієнта оборотності запасів на 2015–2017 рр. ми спостерігаємо тенденцію його зниження з 5,15 % до 2,21 %. Зниження цього показника спричинено збільшенням виробничих запасів і незавершеного виробництва, а також зниженням попиту на готову продукцію.

Висновки. Прогнозування показників є важливим для будь-якого підприємства, у т. ч. ПАФ «Дружба», адже воно дає змогу запобігти негативні тенденції та обґрунтувати стратегії розвитку в майбутньому. Для побудови прогнозу використано метод регресійного аналізу із побудовою рівнянь тренду економічних показників та обґрунтуванням їх адекватності. На основі розрахунків на прикладі ПАФ «Дружба» значення коефіцієнта оборотності запасів у 2015–2017 рр. прогножуються на рівні 5,15; 3,85 та 2,21 %, відповідно.

Список використаних джерел

1. Ширягіна О.Є. Автоматизація моделей прогнозування прибутку / О. Є. Ширягіна // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 11 (101). – С. 251–263.
2. Гече С. Ф. Модель прогнозування фінансового стану підприємств на основі фінансових показників [Електронний ресурс] / С. Ф. Гече // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. – 2014. – Вип. 1. – С. 162–164. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvuuес_2014_1_33.pdf.
3. Середюк В. Б. Застосування методів імітаційного моделювання при прогнозуванні фінансових показників діяльності підприємства / В. Б. Середюк // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – 2014. – № 90. – С. 126–136.

ДО ПИТАННЯ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Юлія Сорочан,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»**

Сучасний етап функціонування економіки України характеризується наявністю та розвитком кризових явищ, що об'єктивно обумовлено як негативним впливом зовнішніх факторів, так і відсутністю позитивних системних перетворень в економіці країни. Все це негативно впливає на діяльність суб'єктів господарювання, обумовлюючи низьку ефективність їх функціонування та погіршення фінансового стану, що в свою чергу, приводить до появи великої кількості збиткових підприємств та

* Науковий керівник – к.е.н., доцент Н. О. Куровська.

підприємств-банкрутів. Аналіз динаміки процесів банкрутства в Україні свідчить про те, що у правовому полі переважають механізми, орієнтовані на ліквідацію, а не на відновлення платоспроможності й ефективної діяльності фінансово неспроможних господарюючих суб'єктів, у зв'язку з чим виникає необхідність у дослідженні процесів та механізмів антикризового фінансового управління як інструмента оздоровлення їх функціонування.

Дослідженням системи антикризового управління, а зокрема оцінки доцільності впровадження антикризових рішень займалися багато вчених-економістів: О. О. Терещенко, В. О. Василенко, Е. М. Коротков, С. Л. Корецький, Р. Н. Лепа та ін. Серед зарубіжних вчених, криза, як елемент теорії економічних циклів та економічної кон'юнктури досліджувалась Дж. М. Кейнсом, Й. Шумпетером, М. Фрідменом, П. Самуельсоном, Ж. Сісмонді, їх послідовниками та опонентами. На їхню думку оцінка доцільності антикризових рішень є невід'ємною в системі реалізації антикризового управління на підприємстві.

Метою дослідження є теоретико-методичні засади ефективного антикризового управління підприємством. Об'єктом дослідження є процес антикризового управління на підприємстві з метою стабілізації його фінансового стану.

У процесі дослідження було використано такі основні економічні **методи**: *абстрактно-логічний* – при узагальненні понять механізм антикризового управління підприємством, діагностика кризового стану та формулювання висновків; *системного аналізу* – при дослідженні структурних елементів діагностики в процесі реалізації антикризових заходів; статистико-економічний при дослідженні тенденцій зростання збитковості підприємств.

Відповідно до чинного законодавства, банкрутство – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури. До стану банкрутства підприємство може призвести погіршення усіх показників, які визначають його фінансову стійкість, тому саме на них базується аналіз ймовірності настання такого стану.

За даними Державного комітету статистики, в 2011-2014 рр. збитки підприємств України суттєво зросли порівняно з 2011 р. (рис. 1, без урахування малих підприємств) [1].

На думку фахівців, система антикризового управління визначається як комплекс взаємних елементів: моніторинг кризи, планування, організація та проведення заходів зі збереження базових характеристик компанії, її ефективне функціонування [4].

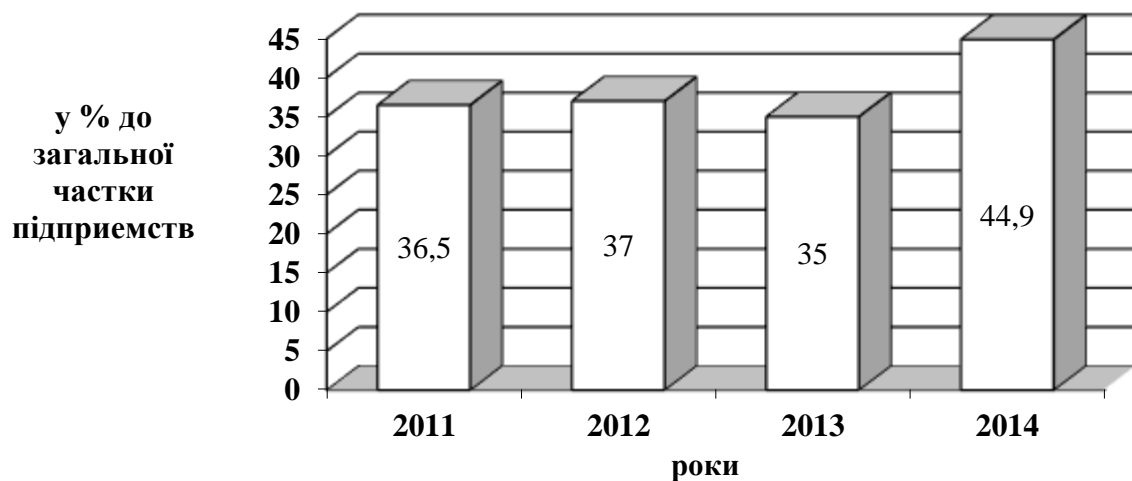


Рис. 1. Частка підприємств, що отримала збиток в загальній кількості підприємств країни протягом 2011-2014рр.

Джерело: побудовано за даними [1].

Під час дослідження було визначено систему антикризового управління підприємством як сукупність взаємопов'язаних елементів, взаємодія яких сприятиме подоланню кризи, виявленню ознак її прояву та відновленню стабільного функціонування соціально-економічної системи під впливом несприятливих чинників зовнішнього та внутрішнього середовища (рис. 2). Основними елементами запропоновано визначати суб'єкт, об'єкт, мету та завдання, принципи, функції, процес, методологію та систему критеріїв оцінки ефективності антикризового управління.



Рис. 2. Система антикризового управління підприємством

Джерело: власні дослідження.

Політика антикризового фінансового управління є частиною загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає в розробці та використанні системи методів попередньої діагностики загрози банкрутства та механізмів фінансового оздоровлення підприємства, що забезпечують його захист від банкрутства [3, с. 127]. Реалізація політики антикризового фінансового управління передбачає:

- здійснення постійного моніторингу фінансового стану підприємства з метою раннього виявлення ознак його кризового розвитку;
- визначення масштабів кризового стану підприємства;
- дослідження основних чинників, які характеризують кризовий розвиток підприємства;
- формування системи цілей виходу підприємства з кризового стану, адекватних його масштабам;
- вибір і використання дієвих внутрішніх механізмів фінансової стабілізації підприємства, які відповідають масштабам його кризового фінансового стану;
- вибір ефективних форм санацій підприємства;
- забезпечення контролю за результатами розроблених заходів щодо виведення підприємства з фінансової кризи [2, с. 597].

Ефективність антикризового управління забезпечується заходами, які покладені в його основу, результат застосування яких сприятиме виходу підприємства з кризового стану, відновлення його ефективної діяльності та недопущення виникнення кризових ситуацій в майбутньому.

Висновки. На основі проведеного дослідження необхідно зазначити, що антикризове фінансове управління – це система принципів та методів управління фінансами підприємства, спрямована на проведення діагностики загрози банкрутства. Важливість антикризового фінансового управління підприємством полягає в тому, що заходи щодо запобігання кризовій ситуації повинні бути вжиті ще задовго до настання такої ситуації на підприємстві. Ефективність формування системи антикризового управління підприємством залежить від чіткого визначення суб'єкта, об'єкта антикризового управління, мети та основних завдань системи, її основних принципів, функцій та процесу управління в період кризи, виокремлення методологічної основи попередження та подолання кризових явищ, а також основних критеріїв оцінки ефективності антикризових дій.

Таким чином, в умовах світової фінансової кризи, зростання неплатоспроможності й інших економічних проблем антикризове фінансове управління, зорієнтоване як на запобігання проблемам, так і на їх подолання стає необхідним для ефективної діяльності всіх суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.ukrstat.gov.ua

2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-центр, 2004. – 656 с.
3. Макаренко І. О. Алгоритм антикризового управління підприємством / І. О. Макаренко // Актуальные проблемы экономики. – 2005. – № 3. – С. 104–109.
4. Мазур И. И. Корпоративный менеджмент / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро: 4-е изд., стер. – М.: Из-во «Омега-Л», 2011. – 781 с.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Наталія Кондратюк,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»¹²*

Постановка проблеми. Основою стабільного стану підприємства є його фінансова стійкість. Фінансово стійким є підприємство, що має високу ліквідність, гарантовану платоспроможність, оптимальне співвідношення власних і залучених коштів, здатне адекватно реагувати на зміни в ринковій кон'юнктурі та поведінці партнерів, конкурентів та інших агентів, має низьку залежність від кредиторів та обсяг прибутку, що забезпечує повне самофінансування. Ефективне управління фінансовою стійкістю дає змогу підприємству адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Для цього необхідна побудова механізму забезпечення фінансової стійкості, націленого на організацію ефективної системи взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі управління фінансовою стійкістю підприємства. Саме тому достатньо актуальним і своєчасним є завдання дослідження механізму управління фінансовою стійкістю підприємств.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретико–методологічних проблем оцінки фінансової стійкості суб'єктів господарювання зробили такі вчені, як: А.М. Александров, І.Т. Балабанов, І.А. Бланк, В.В. Бочаров О.Д. Василик, І.В. Зятковський, А.М. Ковальова, В.В. Ковальов, М.Я. Коробов, Л. А. Лахтіонова, М. Лиференко, Л.П. Павлова, Г.В. Савицька, Г.Г. Старостенко, В.К.Сенчагов, М.Т. Сичьов, К.С. Стоянова та інші. Концептуальні та практичні засади формування і функціонування ефективного механізму управління фінансовою стійкістю підприємств досліджували С.С.Гринкевич[5]., М.С. Кравченко[5], О.М. Мельник[5], Г.О. Партин[5].

¹² Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри фінансів та аудиту Л. М. Дорохова

Проте залишається ще багато невирішених питань, які стосуються врахування галузевих особливостей організації управління фінансовою стійкістю підприємств аграрного сектору економіки.

Виклад основного матеріалу. Умовою життєздатності підприємства та основою його розвитку є фінансова стійкість. Фінансова стійкість в широкому розумінні розглядається як здатність підприємства на довгострокову перспективу генерувати дохід, достатній для виконання зобов'язань перед інвесторами і задоволення потреб власників. Це комплексне поняття, яке перебуває під впливом різноманітних фінансово-економічних факторів, які необхідно враховувати керівництву підприємства[5].

Управління фінансовою стійкістю підприємств доцільно розглядати як систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів, їх формуванням і розподілом, який дозволив би підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні достатньої платоспроможності та в умовах підтримання фінансової рівноваги підприємства [3]. Відповідно механізм управління фінансовою стійкістю повинен відповідати таким вимогам: налаштованість кожного елемента фінансового механізму на виконання властивого йому навантаження; спрямування дії всіх елементів фінансового механізму на забезпечення інтересів усіх суб'єктів фінансових відносин; зворотний взаємозв'язок різних його вертикальних і горизонтальних рівнів; своєчасність реакції елементів фінансового механізму вищого рівня на зміни, які відбуваються під впливом елементів нижчого рівня [4]. Для забезпечення виконання зазначених вимог можна запропонувати структуру механізму управління фінансовою стійкістю підприємства, основні складові якої представлені на рис. 1.

В основі ефективного функціонування такого механізму має бути досягнуто узгоджене, цілеспрямоване, взаємодоповнює функціонування всіх складових частин механізму. Особливості функціонування механізму управління фінансовою стійкістю підприємств на сучасному етапі зумовлені наявністю різних форм власності, багатогалузевою діяльністю та специфікою внутрісистемних фінансових відносин. До характерних особливостей фінансово-господарської діяльності підприємств, що впливають на механізм управління фінансовою стійкістю, можна віднести такі: структура власного капіталу, а саме наявність та обсяг капіталу; соціальна орієнтованість діяльності, що передбачає захист інтересів членів товариства; внутрігосподарські та внутрісистемні фінансові взаємовідносини будуються як на засадах комерційного (господарського) розрахунку, так і на принципі взаємодопомоги та взаємопідтримки; специфіка використання чистого прибутку, частина якого спрямовується на виплату дивідендів, інші соціальні заходи для членів товариства [1].



Рис. 1. Основні складові механізму управління фінансовою стійкістю підприємства в умовах рецесії та виходу з неї

Основними напрямками ефективного функціонування механізму забезпечення фінансової стійкості та управління нею повинні стати:

1) покращення управління власними оборотними коштами за рахунок оптимізації їх обсягів, забезпечення ліквідності балансу, прискорення оборотності, забезпечення інфляційної захищеності, зниження вартості формування [2];

2) розробка ефективної політики управління грошовими потоками, яка певною мірою залежить від організації оперативного фінансового планування та має передбачати розробку платіжного календаря і касового бюджету [3];

3) створення системи фінансового контролінгу на підприємстві, що включає: визначення об'єкта контролінгу; визначення видів і сфер контролінгу; формування системи пріоритетів показників, що контролюються; розробку системи кількісних стандартів контролю;

побудову системи моніторингу фінансових показників; формування системи алгоритмів дій щодо усунення відхилень [5].

Висновки. Механізм управління фінансовою стійкістю слід визначити як систему форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-технічного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, який дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику.

Список використаних джерел

1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.Я. Базилінська. – К.: ЦУЛ, 2011. – 328 с.
2. Партин Г. О. Особливості впливу основних чинників на фінансову стійкість підприємства в умовах фінансово-економічної кризи / Г.О. Партин – Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України. – 2010. – № 10. – С. 276–279.
3. Гринкевич С.С. Економічні основи стратегічного управління фінансовою стійкістю підприємства в умовах ринкових перетворень /С.С. Гринкевич// Науковий вісник НЛТУ України. – 2012, вип. 18.5 – С. 110-114.
4. Кравченко М. С. Концептуальні основи управління фінансовою стійкістю підприємства / М. С. Кравченко // Схід. – 2011. – № 4. – С. 39-42.
5. Мельник О. М. Фінансова стійкість підприємства в сучасній економіці / О. М. Мельник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691. – С. 188-192.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Тетяна Воробйова
*магістрант спец. «Фінанси і кредит» **

Постановка проблеми. Управління фінансовими ресурсами - це складна система принципів, прийомів, методів та інструментів впливу на процеси формування і використання цих ресурсів. Стимулювання розвитку ринкових відносин і прискоренні темпи аграрної реформи викликали недорозвиненість системи управління фінансовими ресурсами підприємств. Адже типові проблеми фінансування аграріїв ускладнюються відсутністю кваліфікованого фінансового менеджменту і, як наслідок, поетапного процесу управління фінансовими ресурсами.

* Науковий керівник – к.е.н., доцент Л. М. Дорохова

Аналіз останніх досліджень. Питання фінансового забезпечення та управління фінансовими ресурсами підприємств широко обговорюються у науковій літературі. Зазначені проблеми досить ґрунтовно висвітлюються у наукових працях Б. Супіханова, П. Саблука, І. Кириленка, М. Дем'яненка, О. Гудзь, П. Лайка, П. Стецюка та ін. Проте питання управління фінансовими ресурсами аграрними підприємства розкрито не на достатньому рівні.

Мета, об'єкт та методика дослідження. Метою є теоретико-методичне обґрунтування. Об'єктом даного дослідження є процес управління фінансовими ресурсами підприємства. Для вирішення поставлених задач використовувались: методи теоретичного узагальнення – з метою обґрунтування поняття фінансові ресурси підприємства; абстрактно-логічний метод – для оцінки причинно-наслідкових зв'язків між станом фінансування та факторами, що його спричинили.

Результати дослідження. Фінансові ресурси підприємства – це економічна категорія, що відображає сукупність усіх грошових коштів чи прирівняних до них високоліквідних активів (грошового капіталу), які були чи можуть бути вкладені у фізичний продуктивний капітал.

Під управлінням фінансовими ресурсами підприємств слід розуміти систематичний і безперервний цілеспрямований вплив суб'єктів управління на фінансові ресурси з метою раціонального їх формування, розподілу та ефективного використання.

Управління фінансовими ресурсами базується на взаємозв'язку та взаємоузгодженні дій його суб'єктів щодо адаптації зовнішніх та внутрішніх чинників управління. При цьому, зовнішній вплив на управлінські процеси, як визначають провідні науковці, є об'єктивним та некерованим, а внутрішній вплив – визначається та регулюється на рівні окремого підприємства його фахівцями та спеціалістами. Таким чином, усі суб'єкти управління тісно взаємодіють між собою плануючи, організовуючи, координуючи і контролюючи процеси формування, розподілу та використання фінансових ресурсів.

Основними суб'єктами зовнішнього управлінського впливу на фінансові ресурси є кредитні, податкові, страхові та інші фінансові органи і господарські партнери сільськогосподарських підприємств. Їх вплив на управлінські процеси є опосередкованим, оскільки носить рекомендаційний, інструктивний, ознайомчий характер і не вимагає суворого дотримання. Безпосередніми суб'єктами управління фінансовими ресурсами кожного окремого підприємства є його засновники, власники, акціонери і працівники. При цьому, взаємодія між суб'єктами управління в межах окремого підприємства характеризується узгодженістю з усіма організаційними процесами і структурними одиницями, а якість внутрішнього управління визначається оперативністю, доцільністю та раціональністю прийнятих рішень і конкретних управлінських заходів.

Виходячи із важливості і незамінності фінансових ресурсів та головної цілі управління ними, основними завданнями, які стоять перед управліннями підприємства є:

- використання альтернативних шляхів та формування достатніх обсягів фінансового забезпечення згідно оптимальної структури капіталу;
- збалансування грошових потоків підприємства;
- ефективне використання фінансових ресурсів завдяки мінімізації ризиків.

Виконання поставлених завдань можливе за умови дотримання певних принципів управління фінансовими ресурсами.

Вихідними чинниками процесу управління фінансовими ресурсами є елементи макро- та мікросередовища, які спричинюють безперервний вплив на діяльність підприємств, пов'язану з формуванням і використанням ресурсів. Особливе місце в системі управління фінансовими ресурсами підприємства належить чинникам макроекономічного рівня. Чинне законодавство, податкова, кредитна, банківська та страхова системи, цінова та інвестиційна політика – це основні фактори зовнішнього впливу на стан забезпеченості фінансовими ресурсами та їх ефективного використання (рис. 1). Їх недосконалість і суперечливість, наразі, розбалансовують і без того нестійкі заходи внутрішнього фінансового управління. Водночас зовнішні фактори справляють визначальний вплив на вибір внутрішніх важелів управління, а внутрішні фактори лише спонукають до удосконалення зовнішнього управління.

Таблиця

Фактори впливу на якість управління фінансовими ресурсами підприємств

Фактори впливу	
Зовнішні	Внутрішні
<ul style="list-style-type: none"> – правове поле; – бюджетна політика; – податкова політика; – інвестиційна політика; – кредитна політика; – банківська політика; – цінова політика; – страхова політика; – ін. фактори. 	<ul style="list-style-type: none"> організаційно-правова форма; – дивідендна політика; – амортизаційна політика; – кредитна політика; – планування; – контроль; – ін. фактори.

Правове поле у сфері аграрної політики формують законодавчі та підзаконні акти, які є нестабільними, в більшості випадків недієвими або неефективними. Зокрема, державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р. встановлює шляхи розвитку аграрної сфери у напрямі розвитку аграрного ринку та фінансового забезпечення виробників сільськогосподарської продукції через удосконалення кредитної інфраструктури, механізмів фінансового обслуговування тощо. Водночас, існує низка законодавчих актів щодо розвитку і державної підтримки аграрних виробників. Проте, через брак фінансування та пасивну організацію, більшість таких актів не знаходять практичного втілення.

Ключовими елементами зовнішнього управлінського впливу на фінансові ресурси підприємств є бюджетна та податкова політика держави. Управління процесом формування фінансових ресурсів певною мірою залежить від інвестиційного клімату держави, регіонів і галузі, а також інвестиційної привабливості окремих господарюючих одиниць. Формуючи пільгове оподаткування, стимулюючи експорт сільськогосподарської продукції та забезпечуючи прибутковість виробництва, держава створює привабливі умови для іноземних та вітчизняних інвесторів. Однак, задекларовані важелі залишаються недієвими, тому галузь потерпає від недостатчі інвестиційних коштів та масового відтоку інвесторів.

Управління формуванням фінансових ресурсів певною мірою залежить від інвестиційного клімату держави, регіонів і галузі, а також інвестиційної привабливості окремих господарюючих одиниць. Формуючи пільгове оподаткування, стимулюючи експорт сільськогосподарської продукції та забезпечуючи прибутковість виробництва, держава створює привабливі умови для іноземних та вітчизняних інвесторів. Однак ці важелі залишаються недієвими, тому галузь потерпає від недостатчі інвестиційних коштів та масового відтоку інвесторів.

На обсяги залучення зовнішніх фінансових ресурсів визначний вплив справляє кредитна політика. Сприятливі умови кредитування, зокрема, помірні відсоткові ставки, виважені вимоги до застави, широкий набір програм кредитування, активізація лізингу та іпотеки стимулюють попит на кредитному ринку. Водночас, позичені на вигідних умовах кошти підприємства мають можливість спрямовувати на розширене відтворення.

Закономірно, що довгострокові кредитні ресурси використовуються підприємствами переважно на оновлення основних активів, а короткострокові – на поповнення оборотних засобів і підтримку ліквідності. Враховуючи це, за допомогою кредитних важелів стимулюються відповідні процеси: інвестиційна або операційна діяльність підприємств.

Серед основних елементів зовнішнього впливу на управління фінансовими ресурсами провідна роль належить ціновому механізму. Адже рівень цін визначає чистий дохід підприємств, з якого здійснюються соціальні виплати, фінансові та інвестиційні витрати, формується чистий прибуток. Окремим стимулюючим інструментом макроекономічного впливу на розвиток сільськогосподарського виробництва є страхування. Згідно Закону України «Про страхування» та інших законодавчих актів, господарства аграрної сфери мають змогу скористатися таким видами страхування як добровільне страхування майна та відповідальності і обов'язкове недержавне страхування врожаю зернових культур і цукрових буряків.

Важливим аспектом фінансового управління є оптимальне використання макроекономічних важелів управлінського впливу та раціональне їх доповнення внутрішніми важелями. Важливого значення набуває обґрунтований вибір організаційно-правової форми підприємства,

його дивідендної та амортизаційної політики, кредитної політики щодо своїх дебіторів, а також систематичне застосування таких управлінських заходів як планування, координування, аналіз і контроль.

В свою чергу, форма власності господарства безпосередньо пов'язана з його дивідендною політикою, яка вимагає дотримання певних правил розподілу прибутку та, за необхідності, вилучення частки когось із засновників.

Висновки:

1. Встановлено, що стимулювання розвитку ринкових відносин і прискоренні темпи аграрної реформи викликали недорозвиненість системи управління фінансовими ресурсами підприємств та управління фінансовими ресурсами аграрними підприємства розкрито не на достатньому рівні.

2. У процесі дослідження виділено основні вихідні чинниками процесу управління фінансовими ресурсами, а саме елементи макро- та мікросередовища, які спричиняють безперервний вплив на діяльність підприємств, пов'язану з формуванням і використанням ресурсів.

3. Обґрунтовано, що управління фінансовими ресурсами підприємств залежить від сукупності внутрішніх та зовнішніх факторів, які зумовлюють прямий чи опосередкований вплив. Таким чином, ефективність фінансового управління підприємств залежить від оперативного, раціонального та цілеспрямованого вибору відповідних управлінських рішень для посилення стимулюючих та уникнення стримуючих заходів.

Список використаних джерел

1. Гудзь О. Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: монографія / О. Є. Гудзь // К.: ННЦ ІАЕ. – 2012. – С. 258.
2. Дем'яненко М. Я. Фінансові проблеми формування і розвитку аграрного ринку (доповідь) / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 4–13.
3. Кириленко І. Г. Деякі аспекти державної аграрної політики в Україні в умовах світової фінансової кризи / І. Г. Кириленко, В. В. Дем'янчук, Б. В. Андрющенко // Економіка АПК. – 2011. – № 11. – С. 4–9.

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Сіренко Оксана,
магістрантка¹³*

Постановка проблеми. Однією з причин кризової ситуації багатьох підприємств є наявність недостатньо ефективної системи управління фінансовими ресурсами – найважливішим чинником економічного зростання та розвитку підприємства.

Управління фінансовими ресурсами підприємства розглядається як один із головних чинників підвищення ефективності будь – якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить функціонування та розвиток підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед науковців, які приділяли значну увагу дослідженню фінансово-господарського стану підприємств, а також проблемам управління їх фінансовими ресурсами можна зазначити таких як: І.Т. Балатанов, Т.Р. Карлін, А.П. Ковальов, М.Н. Крейніна, Л.А. Лахтіонова, Г.В. Савицька, О.О. Терещенко, Л.О. Лігоненко, І.Б. Бланк, А.Г. Поддєрьогін, Л.Н. Коваленко, О.М. Гетьман, В.С. Шаповал та ін. Проте, незважаючи на значні здобутки науковців у цих дослідженнях низка питань, що стосуються механізму управління фінансовими ресурсами підприємств, потребує подальшого вивчення.

Метою статті є теоретико-методичне обґрунтування та розробка пропозицій щодо удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства.

Викладення основного матеріалу. Фінансові ресурси підприємства – це грошові надходження, які знаходяться в розпорядженні суб'єкта господарювання і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення затрат по розширеному відтворенню і економічному стимулюванню працівників [1].

Управління фінансовими ресурсами являє собою систему інструментів, методів, форм розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із процесами формування, розподілу й використання фінансових ресурсів для досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства. Від ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства залежить спроможність досягти успіху на ринку. Правильно організоване управління є необхідним складником для успішної роботи організації в умовах жорсткої ділової конкуренції [5]. При управлінні фінансовими ресурсами важливим є вибір:

- 1) політики фінансування капіталовкладень;
- 2) специфіки управління довгостроковими фінансовими вкладеннями підприємства;

¹³ Науковий керівник – к.е.н., доцент Сус Ю.Ю.

- 3) механізму управління оборотним капіталом;
- 4) загальної потреби в капіталі;
- 5) дивідендної політики;
- 6) облікової політики.

Механізм фінансового управління має на меті ефективне забезпечення виконання своїх функцій. Ефективне управління фінансовими ресурсами підприємства передбачає таку організацію роботи фінансових служб, яка дає змогу правильно використовувати власні фінансові ресурси, залучати додаткові фінансові ресурси на найвигідніших умовах, інвестувати їх із найбільшим ефектом, проводити прибуткові операції на фінансовому ринку. Управління фінансовими ресурсами спрямоване на досягнення таких цілей як:

- створення конкурентоспроможної бази підприємства;
- лідерство серед конкурентних фірм;
- уникнення банкрутства;
- зростання обсягів виробництва та реалізації;
- збільшення прибутку;
- збільшення ринкової вартості фірми.

На практиці вдало організований механізм фінансового управління забезпечує виконання двох груп функцій.

Перша група функцій:

1. Розробка фінансової стратегії діяльності підприємства.
2. Формування ефективних інформаційних систем, які забезпечують чітке відстеження внутрішньої і зовнішньої фінансової інформації та обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень.
3. Проведення комплексного аналізу різних аспектів фінансової діяльності підприємства.
4. Здійснення фінансового планування діяльності підприємства за його основним напрямком.
5. Розроблення системи стимулювання реалізації прийнятих управлінських рішень.
6. Здійснення ефективного контролю за реалізацією прийнятих управлінських рішень [4].

Друга група функцій:

1. Управління активами (оборотними, необоротними, оптимізація їх складу).
2. Управління капіталом (власним, залученим, оптимізація його структури).
3. Управління інвестиціями (реальними та фінансовими).
4. Управління грошовими потоками (грошові потоки від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності).
5. Управління фінансовими ризиками (управління складом фінансових ризиків, управління профілактикою фінансових ризиків, управління страхуванням фінансових ризиків).

6. Антикризове фінансове управління (управління відновленням фінансової стійкості, управління забезпеченням фінансової рівноваги, управління санацією підприємства) [4].

Різниця між цими двома групами полягає у теоретичному аспекті діяльності механізму фінансового управління в першому блоці функцій та прикладній діяльності – у другому.

Механізм управління фінансовими ресурсами підприємства можна здійснювати, використовуючи такі три головні його системи:

1 - прогнозування рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства та його використання;

2 - поточне планування рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства та його використання;

3 - оперативне планування рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства та його використання [4].

Кожній із цих систем властиві свої форми реалізації. Перша з них реалізується у вигляді розробки політики формування та використання рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства, період планування – до трьох років. Друга система реалізується у вигляді розроблення поточних планів з усіх головних аспектів формування й використання рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства, період планування – рік. Третя система реалізується у вигляді розробки та доведення до виконавців бюджетів з усіх головних питань формування і використання рівня забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства, період планування – місяць, квартал.

Усі системи планування забезпеченості фінансовими ресурсами та результативності діяльності підприємства взаємопов'язані й реалізуються у певній послідовності. Початковим етапом планування є розробка політики регулювання результативності діяльності підприємства, яка покликана визначати завдання і параметри поточного її планування. Поточне планування результативності діяльності підприємства, у свою чергу, створює основу для розроблення й доведення до виконавців оперативних бюджетів з усіх головних питань її формування та використання.

Слід відмітити, що одним з основних складових елементів механізму управління фінансовими ресурсами підприємства є планування та прогнозування рівня результативності діяльності підприємства. При плануванні фінансово – господарської діяльності підприємства особливу увагу приділяють прогнозуванню рівня результативності діяльності підприємства. Система прогнозування рівня результативності діяльності є складним етапом фінансового планування. Її реалізація полягає у розробленні політики регулювання результативності діяльності підприємства на наступні роки. Під такою політикою розуміють визначення системи довгострокових цілей формування рівня

результативності діяльності підприємства у відповідності із завданнями розвитку підприємства та вибір найефективніших шляхів їх досягнення. Нині прогнозування фінансової діяльності суб'єкта господарювання відіграє важливу роль. Потрібні нестандартні підходи, які передбачають розробку і реалізацію нових, гнучких методик, спрямованих на універсальне співвідношення планованих фінансових показників [3] .

Для вдосконалення механізму управління фінансовими ресурсами на підприємствах необхідно:

- 1) Запровадити дієвий механізм управління витратами в кожному підрозділі підприємства з урахуванням їх особливостей.
- 2) Посилити контроль за використанням коштів відповідно до їх призначення.
- 3) Підвищити рівень взаємодії фінансово-економічних служб підприємства з метою ефективних комунікацій для використання фінансових ресурсів підприємства.
- 4) Розробити фінансову стратегію нарощування власних фінансових ресурсів шляхом здійснення операцій із залученими та позиченими коштами.
- 5) Проводити на постійній основі економічний аналіз діяльності підприємства, сформувавши завчасно інформаційно-аналітичну базу.
- 6) Нарощувати обсяг інвестицій в основний капітал.
- 7) Підвищити обсяги чистого експорту з поліпшеною його структурою, що забезпечить виробництво якісною та конкурентоспроможною продукцією.
- 8) Надавати в оренду вільні виробничі площі, які не використовуються під час своєї господарської діяльності.
- 9) Удосконалити систему страхування.

Висновки. Успішна діяльність підприємства неможлива без раціонального управління фінансовими ресурсами. Раціональне управління фінансовими ресурсами має бути спрямоване на: виживання фірми в умовах конкурентної боротьби; запобігання банкрутства і великих фінансових невдач; лідерство в боротьбі з конкурентами; максимізація ринкової вартості фірми; прийнятні темпи росту економічного потенціалу фірми; ріст обсягів виробництва і реалізації; максимізація прибутку; мінімізація витрат; забезпечення рентабельної діяльності.

Потрібно зважати на структуру джерел формування та використання фінансових ресурсів, і в першу чергу, на питому вагу власних. Велика питома вага залучених засобів збільшує фінансову залежність та супроводжується додатковими витратами на сплату високих відсотків по кредитах комерційних банків, дивідендів по акціях і облігаціям і ускладнює ліквідність балансу підприємств. Розмір і структура фінансових ресурсів багато в чому залежать від обсягу виробництва і його ефективності. Постійне зростання виробництва і підвищення його ефективності є основою збільшення його фінансових ресурсів. Наявність фінансових ресурсів у достатній кількості і ефективне їх використання

визначають фінансовий стан підприємств, фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, а також є запорукою довготривалого функціонування.

З метою покращення механізму управління фінансовими ресурсами на вітчизняних підприємствах слід звернути увагу на такі основні положення:

1. У період переходу до ринкової економіки важливого значення набуває принцип наукової обґрунтованості фінансового планування, який передбачає економічне обґрунтування фінансових показників, а також відображення в них реальних процесів економічного і соціального розвитку, збалансованості в них усіх фінансових ресурсів.

2. Надання самостійності підприємствам у фінансовому плануванні дасть змогу їм при розробці фінансового плану та в процесі його виконання регулювати розміри доходів та витрат; самостійно визначати джерела фінансування та вишукувати додаткові фінансові ресурси; оптимізувати сам процес планування.

3. Для досягнення успіху та конкурентоспроможності на ринку підприємству необхідно проводити його аналіз і прогнозування, розробляти цінову політику, постійно перевіряючи її ефективність, вносячи корективи за необхідністю.

Список використаних джерел

1. Азаренкова Г.М. Фінанси: практикум: навч. посібник / Г.М. Азаренкова, І.І. Борисенко – К.: Знання, 2008. – 279 с.
2. Большаков С. В. Финансы предприятий: теория и практика: Учебник. [Текст] // С. В. Большаков – М.: Книжный мир. – 2011. – 617 с.
3. Кизим М.О., Забродський В.А. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК». – 2009. – 141 с.
4. Лондар С.Л. Фінанси: навч. посіб. / С.Л. Лондар, О.В. Тимошенко. – Вінниця: НЛВ Книга. – 2009. – 384 с.
5. Мороз О. В. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах / Вінницький національний технічний ун-т. [Текст] // О. В. Мороз, О. А. Сметанюк – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця. – 2010. – 167 с.
6. Опарін В. М. Фінансова реструктуризація в Україні: проблеми і напрями: Монографія / За наук. ред. В. Федосова. – К.: КНЕУ. – 2009. – 387 с.
7. Пройда-Носик Н.Н. Фінансові ресурси підприємства / Н.Н. Пройда-Носик, С.С. Грабарчук // Фінанси України. – 2003. – №1. – С. 96–103.
8. Рудченко І.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства / І.В. Рудченко // Сучасні питання економіки і права. – 2010. – №1. – 330 с.

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ МЕТОДОЛОГІЇ IDEFO

Постановка проблеми. Фінансове забезпечення – частина фінансового механізму, покликаною забезпечувати розподільчі та перерозподільні процеси з метою утворення доходів і фондів коштів підприємства. В умовах ринкової економіки проблема розроблення досконалої системи фінансового забезпечення будь-якого підприємства набуває особливого значення. Недостатня кількість власних ресурсів та складність в залученні зовнішніх джерел фінансування, позбавляє підприємства конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на світовому ринку, які постійно потребують розширення виробництва підприємства для потреб споживачів, вдосконалення наявних та розроблення нових прийомів і методів управління, які адаптуються до різноманітних форм власності та розвитку комерційної діяльності будь-яких підприємств. Все це потребує пошуку шляхів оптимізації фінансового забезпечення [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз літературних джерел свідчить про великий інтерес вчених до цього питання[1]. Так, питанню оптимізації фінансового забезпечення присвячено праці таких вчених, як І.А. Бланк, Т.В. Головкин, В.О. Подольська, С.В. Сагова, Г.В. Савицька, О.В. Яріш та ін. Усі вони акцентують увагу на оптимальному співвідношенні між власними та позиковими ресурсами, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства.

Основна частина. В отриманні високого фінансового результату діяльності зацікавлені всі суб'єкти господарювання, оскільки прибуток необхідний для розширення діяльності підприємства, реалізації інвестиційних проєктів, запровадження інновацій, а також підвищення матеріальної зацікавленості працівників у результатах своєї праці. Стабільна, ефективна і прибуткова діяльність підприємства може бути забезпечена застосуванням наукових методів планування й аналізу прибутку та визначення ефективних напрямів його використання. Прибуток підприємства є важливою категорією, яка зміцнює фінансовий стан підприємства та водночас є першочерговим джерелом формування бюджетних ресурсів. Основним показником результату фінансово-господарської діяльності будь-якого підприємства є фінансовий результат, прибуток або збиток.

Основні завдання фінансової діяльності такі: вибір оптимальних форм фінансування, структури капіталу підприємства та напрямків його використання з метою забезпечення стабільно високої прибутковості; збалансування за часом надходжень і витрат платіжних засобів; підтримування належної ліквідності та своєчасності розрахунків. Головний

¹⁴ Науковий керівник: к.т.н., доц. К. В. Молодецька

зміст фінансової діяльності підприємства (організації) полягає в належному забезпеченні фінансування [1].

Для розкриття сутності процесу управління фінансовою діяльністю підприємства в рамках процесного підходу використовується методологія функціонального моделювання та графічного описання процесів IDEF0[2]. Для оптимізації фінансового забезпечення на торговельно-виробничому підприємстві «Житомирський м'ясокомбінат» розроблено структурно-функціональну модель процесу. Відповідно до розробленої контекстної діаграми встановлено, що процес оптимізації фінансового забезпечення ґрунтується на даних фінансової звітності та наявності фінансових ресурсів, на основі яких можливо встановити фактичний рівень ефективності управління ними на підприємстві. Оптимізація фінансового забезпечення здійснюється на основі статут підприємства та нормативно-правової бази, а оцінка якості самого процесу оптимізації здійснюється на основі науково-методичного забезпечення.

Механізмом забезпечення ефективності реалізації процесу оптимізації фінансового забезпечення виступає особа, що відповідає за фінансову діяльність; в нашому випадку це фінансовий директор та головний бухгалтер, які аналізують процес управління фінансовими ресурсами та розробляють альтернативні управлінські рішення щодо їх формування та використання.

Результатом реалізації функціонального блоку контекстної діаграми є отримані дані про прибуток підприємства та рекомендації щодо поліпшення фінансового забезпечення. Другим етапом моделювання є декомпозиція контекстної діаграми результатом якого є діаграма, що відображає структуру етапів процесу, відображеного в контекстній діаграмі (рис. 1).

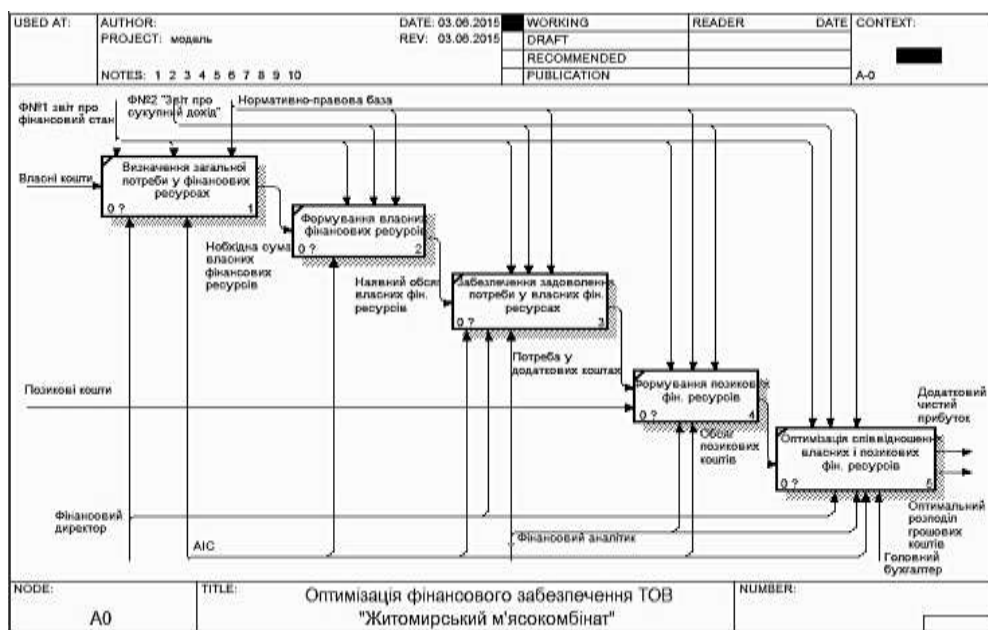


Рис. 1. Декомпозиція контекстної діаграми

З рис. 1 видно, що процес розробки програми оптимізації фінансового забезпечення підприємства складається з п'яти процесів, а саме:

визначення загальної потреби у фінансових ресурсах, що впливають необхідні для досягнення цілей підприємства на основі інформаційної бази; формування власних фінансових ресурсів; забезпечення задоволення потреби у фінансових ресурсах; формування позикових коштів для оптимізації фінансового забезпечення; оптимізація співвідношення власних та позикових фінансових ресурсів.

Висновок. Застосування структурно-функціонального моделювання фінансового забезпечення підприємства ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» дозволить представити у стандарті IDEF0 процес оптимізації управління фінансовим забезпеченням підприємства та при її подальшій декомпозиції наочно відобразити сценарій діяльності персоналу фінансового та бухгалтерського відділів при виконанні своїх обов'язків щодо модельованої предметної області.

Список використаних джерел

1. Скалюк Р. В. Економічний механізм управління фінансовими результатами промислових підприємств: теоретичні основи забезпечення функціонування / Р. В. Скалюк// Економічний вісник Донбасу. – № 2 (24). – 2011. – С.86–93.
2. Бродський Ю. Б. Системний аналіз в економіці / Ю. Б. Бродський, К. В. Молодецька, О. М. Николук. – Житомир : ЖНАЕУ, 2014. – 176 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Юлія Герговська

*магістрант спец. «Фінанси і кредит» **

Постановка проблеми. Сучасні трансформаційні процеси в економіці країни потребують активізації системи управління власним капіталом з метою забезпечення ефективної діяльності підприємств. Одним із найважливіших напрямів ефективного функціонування підприємства є управління його фінансовими ресурсами. Основним джерелом фінансових ресурсів виступає власний капітал, збільшення якого є позитивним фактором у формуванні стратегічних напрямів діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Слід відзначити, що механізму управлінням власним капіталом підприємств та шляхи вдосконалення є предметом постійних наукових пошуків таких економістів, як О.І. Бідник, І.А. Бланк, В.І. Блонська, І.В. Викиданець, Є.В. Мних, І.П. Мойсеєнко, А.М. Поддєрьогін, А.Г. Семенов, А. Стельмашук, К.О. Танащук, О.О. Терещенко, Н.М. Чиж, В.М. Шелудько, С.В. Юшко та ін. Проте

* Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри фінансів та аудиту Н.О. Куровська

питання щодо формування системи управління власним капіталом підприємства потребує подальших досліджень.

Метою дослідження є теоретико-методологічне обґрунтування системи управління власним капіталом підприємств та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення прибутку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Динамічний розвиток підприємницької діяльності в Україні супроводжується значними економічними суперечностями, зумовленими особливістю ринкової трансформації. Однією із найважливіших проблем, з якою стикаються вітчизняні акціонерні товариства, є недостатня ефективність організації управління власним капіталом. З огляду на те, що власний капітал - найважливіший чинник економічного зростання, організацію управління власним капіталом акціонерних товариств необхідно трактувати як основну ланку усього комплексу заходів, спрямованих на його забезпечення. Власний капітал є фундаментом, фінансовою основою підприємства. Величина і динаміка власного капіталу найважливіша ознака стану підприємства і його надійність. Система управління капіталом підприємства, на думку І. О. Бланка, складається із двох функціональних підсистем: управління формуванням капіталу та управління використанням капіталу [1, с. 105]. Враховуючи динамічність зовнішнього середовища та підвищення конкуренції, часто основною метою підприємства є не збільшення власного капіталу, а його збереження.

Слід відмітити, що управління формуванням, використанням та збереженням власного капіталу є основним у системі менеджменту і має місце навіть на малих підприємствах, а питання визначення ринкової вартості компанії, дієвості її фінансово-господарської діяльності та формування оптимальної структури капіталу, як правило, мають місце лише на великих підприємствах [2, с. 245]. Узагальнена схема управління власним капіталом підприємства наведена на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Система управління власним капіталом підприємства

Під організацією управління власним капіталом потрібно розуміти створення ефективної управлінської системи та її постійне удосконалення.

Якщо говорити більш детально, то управління капіталом, зокрема власним, спрямоване на вирішення таких основних завдань:

- а) формування достатнього обсягу капіталу, що забезпечить необхідні темпи економічного розвитку підприємства;
- б) оптимізація розподілу сформованого капіталу за видами діяльності та напрямками використання;
- в) оптимізація розподілу сформованого капіталу за видами діяльності та напрямками використання;
- г) забезпечення умов досягнення максимальної доходності капіталу при запланованому рівні фінансового ризику;
- д) забезпечення мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з використанням капіталу, при запланованому рівні його доходності;
- е) забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства у процесі його розвитку;
- ж) забезпечення достатнього рівня фінансового контролю над підприємством з боку його засновників;
- з) забезпечення достатньої фінансової гнучкості підприємства;
- и) оптимізація обігу капіталу;
- к) забезпечення своєчасного реінвестування капіталу [4, с. 203].

Процес управління структурою власного капіталу ґрунтується на певному механізмі, який є системою основних елементів та функцій, що регулюють процес розроблення та реалізації управлінських рішень у цій галузі [3, с. 154-167]. Слід звернути увагу, що використання підприємствами лише власного капіталу має певні негативні риси, а саме те, що обсяг власного капіталу обмежений, тому підприємство може втратити можливість розширення діяльності та збільшення рентабельності за рахунок залучення позикових коштів за допомогою ефекту фінансового левериджу, а також часто власний капітал, залучений із зовнішніх джерел, має вищу вартість, порівняно з позиковим капіталом [5, с. 109]. Тому одним із основних питань управління власним капіталом підприємства є визначення оптимальної структури капіталу, тобто такого співвідношення власних і позикових коштів, яке забезпечує максимізацію ринкової вартості компанії.

Варто додати, що необхідність постійного здійснення внутрішнього контролю операцій з власним капіталом зумовлюється потребами власників та керівних органів підприємства в об'єктивній інформації про його поточний стан, резерви зростання, абсолютні розміри, структуру, достовірність облікових операцій та звітних показників та ризику, які виникають в підприємницькій діяльності. Основними завданнями контролю власного капіталу є перевірка: правильності формування і використання власного капіталу; дотримання встановленого установчими документами розміру статутного капіталу; правильності ведення обліку внесків до статутного капіталу і розрахунків за дивідендами тощо [6, с. 248-245].

Максимізація прибутку та мінімізація збитку – одна з цілей діяльності будь-якого підприємства. Тому особлива увага в ході аналізу фінансових результатів приділяється резервам зростання прибутку і, відповідно, зменшення збитку. Резервами зростання прибутку є кількісно вимірні можливості його збільшення за рахунок зміни факторів, що впливають на нього, а також недопущення (попередження) збитків від інших видів діяльності. Основними джерелами резервів збільшення прибутку є: збільшення обсягу реалізації продукції; зниження собівартості продукції; підвищення ціни реалізації при підвищенні якості продукції, продажу на більш вигідних ринках збуту. Резерви збільшення обсягу виробництва та реалізації продукції – це можливості їх зростання за рахунок покращення використання ресурсів підприємства. Внутрішньовиробничими резервами збільшення обсягу виробництва підприємств є: приріст випуску продукції в результаті створення додаткових робочих місць; ліквідація втрат робочого часу працівників і обладнання; підвищення продуктивності праці працівників і обладнання; покращення структури кадрів, зростання кваліфікації; покращання структури основних засобів; зниження норм витрачання матеріалу; впровадження прогресивних видів сировини та матеріалів.

Важливе значення для зростання обсягів реалізації продукції має оновлення асортименту – це процес заміни застарілих зразків продукції на сучасніші та технічно досконаліші або випуск принципово нової продукції. Основні джерела резервів зниження собівартості продукції і як наслідок зростання прибутковості підприємства і зміцнення його фінансового стану є:

а) зменшення витрат на виробництво продукції за рахунок зниження матеріаломісткості продукції: впровадження нових, більш економних видів конструкцій; застосування ресурсозберігаючої техніки та технологій, маловідходних технологій, використання прогресивних видів матеріалів, усунення втрат при переробці, зберіганні і транспортуванні матеріалів, посиленню контролю за зберіганням матеріалів, ліквідації браку і втрат матеріалів; вторинного використання матеріальних ресурсів (утилізація відходів, їх регенерація, відновлення збір, заготівля і використання відходів). Зниження матеріальних витрат за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів;

б) підвищення продуктивності праці, зниження витрат на оплату праці за рахунок впровадження організаційно-технічних заходів;

в) більш ефективного використання виробничого устаткування, зниження витрат на утримання основних засобів за рахунок реалізації та ліквідації непотрібних основних засобів і таких, що не використовуються.

Підприємство має також можливість збільшити прибуток за рахунок зміни ринків продукції. У цьому важлива роль належить маркетинговій службі підприємства. Моніторинг ринків збуту продукції дає змогу виявити незадоволені потреби споживачів, коригувати цінову політику з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Необхідно значну увагу приділяти аналізу фінансових результатів від надзвичайних подій, тобто чітко розрізняти де було справжнє стихійне лихо (пожежа, аварія), а де звичайна недбалість, безгосподарність. Збитки від цих подій є резервами зростання прибутку. Заходи щодо уникнення негативних тенденцій господарської діяльності підприємств мають включати: розробку ефективних заходів маркетингової політики (пошук нових ринків, вивчення ринків конкурентів, вихід на новий ринок); удосконалення асортиментної політики; перегляд політики ціноутворення; продаж або списання непотрібних основних виробничих запасів; зниження дебіторської заборгованості; зниження запасів сировини, матеріалів, палива; контроль поточних активів і зобов'язань; удосконалення кредитної політики у розрізі контролю за дебіторською заборгованістю.

Висновки. Встановлено, що власний капітал є основою для початку і продовження господарської діяльності будь-якого підприємства, одним із найістотніших і найважливіших показників, оскільки він виконує ряд функцій, через які проявляється його сутність. Управління власним капіталом пов'язане не тільки із забезпеченням ефективного використання вже накопиченої його частини, але й з формуванням власних фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства. Це потребує розробки дієвого механізму управління власним капіталом підприємств, що передбачає формування достатнього обсягу капіталу та забезпечення необхідних темпів економічного розвитку підприємств.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала : научное издание / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2008. – 510 с.
2. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства / І. В. Викиданець // Вісник ДонНУЕТ. – 2009. – № 3(43). – С. 208–215.
3. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент : підручник / кер. кол.авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – К. 2008. – 536 с.
4. Стельмашук А. Системний підхід до управління капіталом підприємства / А. Стельмашук // Інноваційний розвиток національної економіки : матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 7–8 квітн. 2011 р. – Тернопіль : Крок, 2011. – С. 335–337.
5. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник / В. М. Шелудько. – К. : Знання, 2006. – 439 с.
6. Юшко С. В. Критичний аналіз економічної сутності поняття «капітал підприємства» / С. В. Юшко, А. Лугова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 234–238.

УПРАВЛІННЯ ПОЗИКОВИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Ренкас Ю.Б.,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»¹⁵*

Постановка проблеми. Реалізація кредитної політики на підприємстві потребує зваженого підходу щодо залучення та ефективного використання кредитних ресурсів для фінансування операційної, інвестиційної та фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Функціонування і розвиток суб'єктів господарювання завжди супроводжується залученням фінансових ресурсів, що пов'язано з використанням різних видів капіталу і, в тому числі, позикового, адже на будь-якій стадії розвитку підприємство потребує позикових коштів. Використання позикового капіталу дозволяє істотно розширити обсяг виробничо-господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фондів виробничого і невиробничого призначення, і у кінцевому рахунку – підвищити ринкову вартість підприємства.

Аналіз останніх досліджень. У науковій та навчальній літературі приділяється значна увага питанням управління позиковим капіталом на підприємстві. Вагомий внесок у розвиток даного напрямку дослідження зробили такі вчені економісти, як: І. О. Бланк, А. М. Поддєрьогін, С. М. Власюк, В. Я. Вовк, О. Д. Вовчак, Д. І. Коваленко, В. М. Опарін та ін. Проте, постає необхідність у здійсненні подальших досліджень щодо оптимізації структури управління позиковим капіталом та забезпечення умов для ефективного його використання у фінансово-економічних інтересах суб'єкта господарювання.

Мета, об'єкт та методика дослідження. Метою дослідження є розробка теоретичних аспектів політики управління позиковим капіталом на підприємстві. Об'єктом дослідження є процес управління позиковим капіталом на підприємстві. Методологічною основою дослідження є діалектичний, логічний, системний і комплексний підходи щодо розгляду економічних процесів та явищ. Під час написання статті використано такі наукові методи як: монографічний – для визначення теоретичних положень управління позиковим капіталом; абстрактно-логічний – для узагальнення теорій і формулювання висновків.

Викладення основного матеріалу. У сучасних ринкових умовах господарювання позиковий капітал є каталізатором бізнес-процесів, що надає можливість вітчизняним підприємствам покращувати фінансові результати їх операційної та інвестиційної діяльності. У науковій літературі існують різні трактування категорії позиковий капітал. В економічному словнику за редакцією професора С.В. Мочерного йдеться про те, що позиковий капітал – це грошовий капітал власник якого надає

¹⁵Науковий керівник – к.е.н., доцент Віленчук О.М.

його іншим особам на певний термін у користування за заздалегідь обумовлену плату у вигляді процента [3, с. 255]. Американський економіст Дж. М. Кларк зазначає, що позиковий капітал полегшує та прискорює процес накопичення капіталу, що дає можливість підприємству у будь-який момент знаходити та витратити суми капіталу, що значно перевищують попередні накопичення [7, с. 113]. Використання капіталу на підприємстві зумовлює необхідність чіткого дотримання структури між власним та позичковим капіталом.

Під структурою капіталу розуміють співвідношення всіх форм власних та позичкових фінансових ресурсів, що використовуються підприємством у процесі своєї господарської діяльності з метою фінансування активів. Одне із головних завдань діяльності підприємства – максимізація рівня рентабельності власного капіталу за заданим рівнем фінансового ризику. Одним із основних механізмів реалізації цього завдання є «фінансовий леверидж».

Поняття «Фінансовий леверидж» показує ступінь використання підприємством позикових коштів. Чим більше підприємство фінансується за рахунок одержання позик, тим більше використовується фінансовий леверидж. Для більш успішного розвитку підприємству треба залучати додаткові фінансові ресурси, які виступають у формі залученого капіталу. Основну частку фінансового потенціалу підприємства складає власний капітал. Він показує лише облікову, а не ринкову вартість прав власників підприємства. Отже, збереження власного капіталу є одним з основних показників якості фінансового управління підприємством [3, с. 248].

Позиковий капітал, який використовується підприємством, характеризує у сукупності обсяг його фінансових зобов'язань (загальну суму боргу). Ці фінансові зобов'язання диференціюються за терміном використання: довгостроковий позиковий капітал (кредити банків та позики небанківських установ й інші довгострокові зобов'язання) та короткостроковий позиковий капітал (кредити банків та позики небанківських установ, кредиторська заборгованість, поточні зобов'язання та інші короткострокові зобов'язання). Органи фінансового управління підприємством повинні оперативно реагувати на зміну факторів внутрішнього і зовнішнього середовища зокрема: зміну умов запозичення, зміну способів запозичення, появу нових джерел залучення позикового капіталу. Враховуючи особливості залучення позикового капіталу українськими підприємствами, а також сучасні економічні умови, можна твердити, що існує залежність між темпами зростання ефективності господарювання та обсягами залученого позикового капіталу вітчизняними підприємствами [5, с. 31].

Джерелами позикових коштів можуть бути кошти, залучені на ринку цінних паперів, і кредитні ресурси. Залучення позикового капіталу підприємствами відбувається через окремі фінансові інститути, якими в даний час виступають кредитні організації, пенсійні та інвестиційні фонди, страхові компанії тощо.

Процес акумулювання капіталу на підприємстві розглянемо на прикладі діяльності ТОВ «Липники» (табл. 1). Позиковий капітал використовується для фінансування оборотних та необоротних активів, а також фінансування соціальних потреб. Зменшення суми залучення позикового капіталу підприємством у 2016 р. є свідченням того, що ТОВ «Липники» планують зменшувати залежність від зовнішніх джерел фінансування та збільшувати власний капітал підприємства.

Таблиця 1

Планування обсягу та структури кредитних ресурсів для фінансування операційної діяльності ТОВ «Липники» (тис. грн)

Показник	2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
Фінансування оборотних активів	47265	41,3	35201	37,3	30254	35,8
Фінансування необоротних активів	52300	45,6	48023	51,0	44568	52,8
Фінансування соціальних потреб	15000	13,1	11025	11,7	9654	11,4
Всього кредитних ресурсів	114565	100,0	94249	100,0	84476	100,0

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності ТОВ «Липники».

Процес управління капіталом підприємства це багатогранний процес, який включає декілька етапів: аналіз залучення та використання позикових коштів в попередньому періоді; визначення цілей залучення позикових коштів в майбутньому періоді; визначення граничного обсягу залучення позикових коштів; оцінка вартості залучення позикового капіталу з різноманітних джерел; визначення співвідношення обсягу позикових коштів, що залучаються на коротко- і довгостроковій основі; визначення форм залучення позикових коштів; визначення складу основних кредиторів; формування ефективних умов залучення кредитів; забезпечення ефективного використання кредитних ресурсів; забезпечення своєчасних розрахунків по отриманим кредитам. Управління позиковим капіталом має бути спрямоване на формування достатнього обсягу ресурсів для фінансування потреб в оборотному та необоротному капіталі на підприємстві. У теорії фінансового менеджменту використовуються різні способи залучення позикового капіталу (рис. 1).



Рис. 1. Способи залучення позикового капіталу [1, с. 125-128]

Загалом, позиковий капітал та його безпосереднє використання суб'єктами господарювання у процесі здійснення своєї господарської

діяльності мають як свої переваги, так і недоліки, основні з них відображені у таблиці 2.

Таблиця 2

Переваги та недоліки використання позикового капіталу підприємством

Переваги	Недоліки
Забезпечення зростання фінансового потенціалу підприємства при необхідності істотного розширення його активів та зростанню темпів росту обсягів його господарської діяльності.	Виплачені проценти за кредит є елементом витрат, а отже, вони зменшують масу прибутку підприємства і рентабельність авансованого капіталу.
Можливість збільшення приросту рентабельності власного капіталу за рахунок забезпечення розширеного відтворення виробництва.	Складність залучення коштів, оскільки це залежить від рішень кредиторів, які за будь-яких негативних обставин узагалі можуть відмовити підприємству у таких коштах.
Зростання доходності власного капіталу (якщо дохідність активів перевищує плату за позиковий капітал).	Наявність ризику у власника капіталу підприємства, який пов'язаний з тим, що крім комерційного ризику у акціонерів виникає фінансовий ризик.
Можливість диверсифікації власного капіталу.	Суттєва частка позикового капіталу дає можливість кредиторам контролювати певні рішення компанії, що приймаються.
Можливість збереження контролю.	Необхідність концентрації грошових коштів до моменту погашення позики.
Сприяння розвитку позикового ринку.	Зниження фінансової стійкості підприємства і відповідно зростання ризику банкрутства.
Технічна нескладність оформлення угоди.	Зниження норми прибутку активів, оскільки прибуток підприємства зменшується на суму сплачених відсотків за кредит.

Джерело: [6, с. 2]

При обґрунтуванні політики залучення капіталу необхідно обирати таку його структуру, яка забезпечувала б максимізацію його ринкової вартості при мінімізації фінансових ризиків у короткостроковому та довгостроковому періодах. Постає завдання оптимізації структури капіталу підприємства, яке має забезпечити формування найвигідніших співвідношень внутрішніх і зовнішніх джерел на кожному етапі життєвого циклу підприємства. Лише за умов зрівноваженої структури капіталу підприємство може вирішувати тактичні та стратегічні завдання свого розвитку.

Висновок. Отже, використання позикового капіталу створює додаткові стимули та надає можливості для фінансово-економічного розвитку суб'єкта господарювання. Структура позикового капіталу на підприємстві має розробляти і втілювати стратегію управління залученням коштів, яка забезпечуватиме пошук ефективних джерел фінансування виробничо-господарської діяльності підприємства з урахуванням усіх обмежень і ризиків. Раціональне залучення і ефективне управління

позиковим капіталом сприятиме виявленню резервів для додаткового отримання ресурсів, підвищенню економічного потенціалу та забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку.

Список використаних джерел

1. Базартінова О. В. Управління позиковим капіталом підприємств і його основні джерела формування / О. В. Базартінова // Вісник Донецького університету економіки та права. - 2011. - № 2 – С. 125-128.
2. Економічний словник-довідник / за ред. С.В. Мочерного. – К. : Феміна, 1995. – 368 с.
3. Коваленко Д. І. Гроші та кредит: теорія та практика : навчальний посібник / Д. І. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 352 с.
4. Колотуха С. М. Гроші та кредит : навчальний посібник / С. М. Колотуха, С. А. Власюк. – К. : Знання, 2012. – 495 с.
5. Машлій Г. Модель управління капіталом підприємства та сучасні тенденції його формування / Г. Машлій, О. Мосій // Галицький економічний вісник. – 2012. – №1(34) – С. 49.
6. Рибіцька А.В. Переваги та недоліки залучення позикового капіталу в фінансово-господарську діяльність підприємств / А.В. Рибіцька // Львівська державна академія. – 2013. - № 3. – 4 с.
7. Селигмен Б. Основныетечениясовременнойэкономическоймысли / Б.Селигмен. – М. : «Прогресс», 1968. – 600 с.

ОЦІНКА СТАНУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Марина Андрієць,
магістрант спец. «Фінанси і кредит» 16*

Постановка проблеми. Метою створення будь-якого підприємства та основним стратегічним завданням його підприємницької діяльності є досягнення економічного ефекту у вигляді прибутку. Оскільки, на сучасному етапі розвитку ринкового середовища, власників підприємств цікавить не тільки отримання прибутку у поточному періоді, але й максимізація його у довгостроковому періоді, тому для досягнення цієї мети на перший план виходять питання, пов'язані з ефективністю управління прибутком.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню теоретичних аспектів даної теми присвячені роботи вчених В.І. Булонської, А.М. Поддєрьогіна, В.В. Нагайчук, Н.Г. Пігуль, Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Н.В. Кальмук, А.О. Кобець та інші.

¹⁶ Науковий керівник: к.е.н., доц. Недільська Л.В.

Метою дослідження є оцінка стану управління прибутком сільськогосподарських підприємств.

Об'єктом дослідження є стан управління прибутком сільськогосподарських підприємств.

Результати досліджень. Найважливішою фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості є прибуток. Але тільки правильно обрані напрями, в яких повинно відбуватись управління прибутком, забезпечать ефективність діяльності та позитивні результати. Сучасний стан управління прибутком сільськогосподарських підприємств можна оцінити на достатньому рівні (рис. 1), оскільки за результатами тематичного анкетування 7% опитаних респондентів оцінюють рівень управління прибутком сільськогосподарських підприємств високим, 53% – достатнім, 40% – низьким.

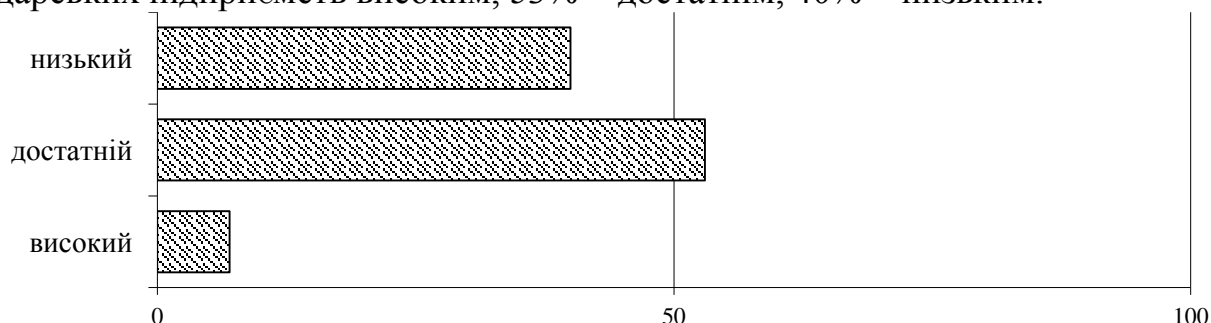


Рис. 1. Рівень управління прибутком сільськогосподарських підприємств

Джерело: власні дослідження за результатами анкетування.

Серед низки факторів, які здійснюють значний вплив на зростання прибутковості аграрного виробництва (табл. 1), опитані респонденти вважають, що значний вплив на зростання прибутковості аграрного виробництва справляє якість фінансового менеджменту (30%), ціни на сільськогосподарську продукцію і рівень податкових вилучень (25%), кредитна політика (15%), бюджетна підтримка (5%).

Таблиця 1

Експертна оцінка факторів, що справляють вплив на зростання прибутковості аграрного виробництва, у % до загальної чисельності респондентів

Фактори впливу на прибутковість аграрного виробництва	Відсоток, %
Ціни на сільськогосподарську продукцію	25
Кредитна політика	15
Бюджетна підтримка	5
Якість фінансового менеджменту	30
Рівень податкових вилучень	25

Джерело: власні дослідження.

Експертна оцінка стану управління прибутком сільськогосподарських підприємств, в процесі якої було опитано

досвідчених фахівців, дозволила встановити, що нагального удосконалення сьогодні потребують: по-перше, використання матеріально-технічної бази та продуктивність праці; по-друге, оптимізація складу і структури обігових коштів та управління витратами. Такі дані було отримано в результаті обробки експертних анкет методом ранжування: найвагомішому напряму, відміченому експертом присвоювалось 4 бали (табл. 2).

Таблиця 2

**Оцінка чинників формування ефективної політики управління
прибутком сільськогосподарських підприємств
методом експертних оцінок**

Чинники формування ефективної політики управління прибутком підприємств	Бальна оцінка					Сума балів	Ранги згідно кількості балів, S_i	$d_i = S_i - \bar{S}$	d_i^2
	1	2	3	4	5				
1. Ефективне управління витратами	1	3	4	1	1	10	1	-1,5	2,25
2. Підвищення продуктивності праці	4	2	3	3	2	14	3	0,5	0,25
3. Оптимізація складу і структури обігових коштів	3	1	2	2	3	11	2	-0,5	0,25
4. Ефективне використання матеріально-технічної бази	2	4	1	4	4	15	4	1,5	2,25
Разом	x	x	x	x	x	x	10	x	5
У середньому	x	x	x	x	x	x	2,5	x	x

Джерело: власні дослідження.

При цьому, важливим параметром достовірності отриманих результатів є оцінка узагальненої міри узгодженості думок експертів, яка розраховується за коефіцієнтом конкордації:

$$K_{кон} = \frac{12S}{m^2(n^3 - n) - m \sum_{l=1}^L T_l}, \text{ де } S = \sum_{i=1}^n d_i^2, m - \text{кількість експертів чи}$$

груп експертів, n – кількість рангів (напрямів, що досліджуються);
 $\sum_{l=1}^L T_l = \sum_{l=1}^L t_l^3 - t_l$, L – кількість груп зв'язаних (однакових рангів), T – кількість зв'язаних рангів у окремій групі.

Таким чином, сума квадратичних відхилень окремих рангів від середнього значення \bar{S} становить 5. Кількість груп зв'язаних рангів $L = 6$ ((1; 1; 1), (2;2), (3;3), (3;3), (2;2), (4;4;4)) тоді $t_1 = 3$, $t_2 = 2$, $t_3 = 2$, $t_4 = 2$, $t_5 = 2$, $t_6 = 3$, а $\sum_{l=1}^L T_l = 72$. Ступінь узгодженості думок експертів досить високий,

оскільки коефіцієнт конкордації становить 0,053

$\left(K_{кон} = \frac{12 \cdot 5}{5^2 \cdot (4^3 - 4) - 5 \cdot 72} = \frac{60}{1140} = 0,053 \right)$. Узагальнюючи результати групової експертної оцінки, можна стверджувати про найбільшу значущість

удосконалення використання матеріально-технічної бази та продуктивності праці у формуванні ефективної політики управління прибутком підприємств, оскільки сума рангів цих напрямів мінімальна.

Висновки. Необхідність ефективного і безперервного управління прибутком визначається значною його роллю в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників. Тому на підставі проведених досліджень можна зробити висновок, що для управління прибутком підприємства необхідно застосувати дієві інструменти управління.

Використані джерела інформації

1. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни [3-тє вид., випр. і доп.] / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – К.: Знання-Прес, 2009. – 299 с.
2. Кальмук Н.В. Управління прибутком підприємства у сучасних умовах [Електронний ресурс] / Н.В. Кальмук, С.Т. Дуда. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/15_5/254_Kamalczuk_15_5.pdf
3. Павлишенко М.М. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці [Електронний ресурс] / М.М. Павлишенко, Л.А. Сивуля. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/17_4/172_Pawlyshenko_17_4.pdf
4. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства [Електронний ресурс] / Н.Г. Пігуль. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/...> 28_11. pdf

ШЛЯХИ І РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ (ДОХІДНОСТІ) ПІДПРИЄМСТВА

*Катерина Купрійчук,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»¹⁷*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день прибуток - одна з основних форм грошового накопичення, що створюється у галузях економіки: вона займає одне з центральних місць у загальній системі вартісних інструментів і важелів управління і є рушійною силою ринку.

Саме прибуток визначає для підприємницької діяльності рішення трьох корінних взаємозалежних проблем: що продавати, як продавати і для кого продавати, і, таким чином, визначає політику формування прибутку - політику планування, організації, аналізу і контролю витрат і доходів в середині підприємства. Дослідження формування прибутку, рентабельності підприємства, витрат звертання, валових доходів, є

¹⁷ Науковий керівник – доц. Фещенко Н. М.

найважливішим чинником при прийнятті організаційних і господарсько-управлінських рішень, створення сприятливих умов для реалізації планів і програм по нарощуванню прибутку. Іншими словами підприємства повинні чітко уявляти резерви збільшення прибутку, від чого він залежить і які основні параметри впливають на його величину.

В умовах ринкової економіки, прибуток - найважливіший оціночний показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства і його працівників, держави в цілому. Саме політика розподілу прибутку визначає пропорції розподілу прибутку на внутрішні інвестиції, соціальні заходи, відшкодування в бюджет, і є іншою не менш важливою ланкою загальної політики управління прибутком на підприємстві.

Прибуток - це кінцевий фінансовий результат від здійснення підприємством підприємницької діяльності, який є приростом усього фінансового потенціалу суб'єкта господарювання. Прибуток, зокрема, є видом фінансових ресурсів підприємства. Тому актуальність проблеми формування і розподілу прибутку підприємств не викликає сумнівів і потребує дослідження як в теоретичному, так і практичному аспектах.

Значимість прибутку, проблеми пошуку резервів його підвищення для підприємств є актуальними на сьогоднішній день.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню цієї проблеми присвячені роботи таких дослідників як Пушкар М., Мазаракі А., Пелих А., Примак Т., Самуельсон П., Бланк І., Івахненко В., Павловська О. та інші.

Мета дослідження полягає у визначенні поняття "прибуток", підходів щодо механізмів формування і використання прибутку, а також аналіз підвищення прибутковості підприємства.

Результати дослідження. Найбільш проста і одночасно складна категорія ринкової економіки - прибуток. Його простота визначається тим, що він є стержнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним пробуджуючим мотивом діяльності підприємців в сучасній економіці. В той же час його складність визначається різноманітністю сутнісних сторін, які він відображує, багатогранністю облич, в яких він виступає, роллю, яку він відіграє у розвитку ринкової економіки [2, с. 188].

З метою аналізу і ефективного управління формуванням прибутку розрізняють декілька видів прибутку підприємства: від звичайної діяльності, маржинальний, операційний, валовий та чистий. Відповідно до чинних в Україні положень (стандартів) бухгалтерського обліку, загальний прибуток підприємства складається з прибутку, одержаного підприємством від звичайної діяльності і від надзвичайних подій. Прибуток від звичайної діяльності становить близько 95% загальної суми отриманого підприємством прибутку.

Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру (рис. 1).



Рис. 1. Система основних факторів, які впливають на розподіл прибутку

Для того щоб рівень прибутковості був кращим, на підприємстві повинні проводитися заходи у наступному порядку:

- організаційні (удосконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, реструктуризація виробництва);
- технічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється);
- економічні важелі та стимули (покращення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо). Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення у ефективності діяльності будуть непомітними, або відсутніми взагалі.

Якщо ж говорити про чинники, від яких залежить рівень економічної ефективності підприємств, то вони класифікуються за такими ознаками:

- джерелами підвищення (зростання продуктивності праці, зниження фондомісткості і матеріаломісткості продукції, поліпшення використання матеріальних ресурсів);
- напрямками вдосконалення виробництва (науково-технічний прогрес, впровадження прогресивної технології, модернізація застарілого обладнання, механізація і автоматизація виробництва, запровадження прогресивних методів і форм організації виробництва і праці);
- місцем реалізації (внутрішні - впровадження нових технологій, модернізація обладнання і зовнішні).

Основними джерелами резервів збільшення суми прибутку є збільшення обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції, реалізації її на більш вигідних ринках збуту (рис. 2).



Рис. 2. Резерви збільшення прибутку

Для ефективного функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції, зниження собівартості і ріст прибутку.

Висновок. З метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі, виникає потреба у розробці стратегії управління підприємством спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку. Для максимізації прибутку підприємства необхідно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. Розподіл прибутку підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею. Ця політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників. При цьому у процесі формування політики розподілу прибутку необхідно враховувати дві протилежні мотивації власників підприємства – отримання високих поточних доходів або значне збільшення їх розмірів у перспективному періоді.

Список використаних джерел

1. Азаренкова, Г. М. Фінанси підприємств: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – К. : Знання-Прес, 2006. – 287 с.
2. Альошина І.В. Розвиток та інтеграція як фактори ефективності національних фінансових систем [Текст] / І.В. Альошина // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – № 23. – С. 239-247.

3. Дем'яненко М.Я., Фінанси підприємств./ Левченко Н.М., Шевчик В.П., Пилявець В. М., Макарець С.М., М.Я.Дем'яненко, Н.М.Левченко , В.П.Шевчик,Пилявець, С.М.Макарець– К., 2007. – 371с.
4. Офіційний сайт Євростату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat>.
5. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>.

МЕТОД МОНТЕ-КАРЛО ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Ярослав Поплавський,
студент спец. «Фінанси і кредит»¹⁸*

Постановка проблеми. Безперервний розвиток ринкового середовища потребує використання підприємствами сучасної системи управління фінансовими ресурсами. Зважаючи на реалії функціонування підприємств є усі підстави стверджувати про незадовільний стан управління на усіх етапах фінансового забезпечення та використання фінансових ресурсів. Зокрема, підприємства не використовують планування та прогнозування, організація процесів відбувається стихійно – без науково-методичного підходу, контроль обмежується нормативно-необхідними процедурами, а регулювання носить лише організаційний характер. Як показує практика, значно краще налагоджена система управління у великих за розміром підприємствах, а невеликі господарства через недостатність кваліфікованого персоналу обмежуюся лише основними управлінськими процедурами.

За таких умов необхідним є термінове удосконалення діючої системи фінансового управління у напрямі її оновлення сучасними методами та диференціації згідно особливостей підприємств різних організаційно-правових форм (корпоративного, партнерського та одноосібного управління). Зважаючи на глибину окреслених проблем, першочерговими заходами у напрямі поліпшення усієї системи фінансового управління має стати послідовний комплексний підхід до процедури управління, основою якої є планування та прогнозування.

Основний матеріал. Не зважаючи на розміри чи організаційно-правову форму підприємства, фінансове планування повинне охоплювати оперативний, середньостроковий та стратегічний план. Основоположним у загальному процесі планування є оперативне (короткострокове) планування, яке у сучасній науці і практиці трактують як бюджетування. На усіх етапах розвитку підприємства усі складові плани бюджетування

¹⁸ Наукові керівники: к.е.н., доц. Недільська Л.В., к.е.н., доц. Абрамова І.В.

націлюються на дотримання основних пріоритетів і стратегічної цілі підприємства.

Стратегічні цілі формуються і розробляються на рівні керівництва підприємства і спрямовані на координування роботи усього персоналу. Стратегічні фінансові плани передбачають прогноз обсягів потреби у фінансових ресурсів та пошук джерел покриття запланованих заходів. Бюджетування фінансових ресурсів повинне охоплювати усі стадії руху як грошових коштів так і інших активів підприємства, оскільки будь-яка зміна здатна вплинути на обсяги потреби у фінансових ресурсах, а також змінити результат ефективного їх використання. Таким чином, бюджетування охоплює складання кошторисів по окремих напрямках діяльності підприємства та за окремими елементами фінансових ресурсів (виробничий план, план реалізації, план руху грошових коштів, план дебіторської та кредиторської заборгованості, плановий баланс і план фінансових результатів).

Детальна розробка зазначених планів є обов'язковою для великих підприємств із складною організаційною структурою. Підприємства партнерського та одноосібного типу фінансового управління можуть обмежитись складанням фінансового плану потреби у капіталі, який комплексно включає план виробництва, витрат і надходжень грошових коштів із різних джерел фінансових ресурсів та плану фінансових результатів, щоб оцінити ефективність фінансування.

Плануючи джерела покриття потреби у фінансових ресурсах, слід зважати на раціональне поєднання окремих елементів структури цих джерел, оскільки не обґрунтоване співставлення окремих елементів джерел фінансування може призвести до погіршення фінансового стану та ділового іміджу підприємства, сприяти банкрутству. Використання внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування має ґрунтуватися на глибокому аналізі доцільності наряду фінансування і перспектив їх окупності.

Оскільки діяльність підприємств є високо ризиковою і її результати залежать від цілого ряду зовнішніх нерегульованих факторів, вважаємо за доцільне здійснювати планування показників формування та використання фінансових ресурсів і їх прибутковості за методом імітаційного моделювання. При цьому, важливо поєднати аналіз чутливості обраних параметрів змінам зовнішнього та внутрішнього середовища з методом сценаріїв, що дозволить змодельовати найбільш реальну ситуацію щодо формування і використання фінансових ресурсів згідно потреб підприємства. В економічному моделюванні таку стохастичну імітацію називають методом Монте-Карло. Застосовуючи імітаційне моделювання для даних КП «Парк культури та відпочинку ім. Ю. Гагаріна» можемо спрогнозувати основні показники його розвитку:

- ✓ Ступінь зносу (СЗ);
- ✓ Оборотність оборотними активами(ООА);
- ✓ Оборотність дебіторською заборгованістю(ОДЗ);

- ✓ Коефіцієнт автономії (КА);
- ✓ Коефіцієнт співвідношення (КС);
- ✓ Рентабельність операційної діяльності (РОД);
- ✓ Рентабельність капіталу (РК);
- ✓ Рентабельність власного капіталу (РВК).

За допомогою формул у ППП Excel сформовано взаємозв'язок між вихідними та результативними показниками та виконано процедуру імітаційного моделювання 500 сценаріїв методом Монте-Карло. Результати аналізу свідчать про репрезентативність отриманих даних, оскільки стандартне відхилення усіх показників у всіх п'яти випадках значно нижче середнього відхилення, усі коефіцієнти варіації нижчі за 1. Таким чином, достовірність того, що розрахований прогноз здійсниться є досить високою (табл. 1).

Таблиця 1

Результати аналізу планування за методом Монте-Карло

Показники	СЗ.	ООА	ОДЗ	КА	КС.	РОД.	РК.	РВК
Середнє відхилення	0,539	6,029	88,740	0,329	57,001	-0,103	0,002	0,007
Стандартне відхилення	0,015	1,896	37,281	0,052	57,070	0,025	0,002	0,006
Коефіцієнт варіації	0,028	0,314	0,420	0,158	57,151	-0,240	0,882	0,861
Мінімум	0,511	3,415	43,548	0,254	57,231	-0,151	-0,001	-0,004
Максимум	0,569	11,597	205,818	0,441	56,110	-0,057	0,008	0,018
Ймовірність $h(\text{рентабельність} \leq 0) = 0,125341$								

Отримані результати дають змогу вчасно скористатися позитивними моментами або реагувати на негативні прояви. Зокрема, КП «Парк культури та відпочинку ім. Ю. Гагаріна» має значні резерви до збільшення чистого прибутку та підвищення рівня рентабельності. У цьому випадку необхідно конкретизувати можливі шляхи покращення ситуації і чітко їх дотримуватися (табл. 2).

Таблиця 2

Ключові параметри планування фінансового забезпечення та ефективності використання фінансових ресурсів

Показники	2012	2013	2014	Прогнозування	
				Пес. (min)	Опт. (max)
СЗ	0,51	0,53	0,57	0,51	0,57
ООА	9,29	3,87	7,06	3,87	9,29
ОДЗ	163,91	49,88	153,53	49,88	163,91
КА	0,43	0,37	0,26	0,26	0,43
КС	1,30	1,42	2,75	1,30	2,75
РОД	0,94	2,67	-0,48	-0,48	2,67
РК	0,24	0,67	-0,09	-0,09	0,67
РВК	0,56	1,80	-0,35	-0,35	1,80

Висновок. Такий результат також має бути додатковим поштовхом для здійснення контролюючих, організаційних, консультаційних та інформаційних дій з боку державної адміністрації з метою заохочення збиткових підприємств до активізації діяльності і покращення результатів господарювання.

Список використаних джерел

1. Єрмаков С. М. Методи Монте-Карло і суміжні питання. / С. М. Єрмаков. - М.: Наука, 1971

НЕЧІТКА МОДЕЛЬ РОЗПОДІЛУ РЕІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ

*Ірина Поночовна,
студентка напр. підг. «Фінанси і кредит»¹⁹*

Постановка проблеми. Проблема ефективності розподілу прибутку підприємств – одна з найбільш дискутованих у сфері фінансового менеджменту в останні роки. Процес розподілу прибутку підприємства має багаторівневий характер і залежить від багатьох факторів. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, має бути розподілений у фонд виплати винагороди власникам підприємства чи фонд розвитку підприємства в наступному періоді [1, 2]. Серед найбільш складних і принципових питань, пов'язаних із розподілом прибутку, головне – формування пропорцій цього розподілу між виплатами винагороди власникам і формування фондів розвитку підприємства у наступному періоді. Формуванню статутного капіталу і відображенню в обліку дивідендів багато уваги приділяли такі видатні науковці та економісти як Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, О. В. Лишиленко, Т. А. Бутинець [1–4], але проблема спрямування дивідендів на збільшення статутного фонду (реінвестиція) не розглядалися, тому вона є актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В результаті аналізу встановлено, що задача прийняття рішень про розподіл реінвестицій підприємства розв'язується без урахування експертних знань і при виборі альтернатив необхідно враховувати велику кількість суперечливих вимог та оцінювати варіанти рішень за багатьма критеріями [1–4]. Отже, ця задача є слабоформалізованою задачею багатофакторного прийняття рішень для її розв'язку доцільно використати математичний апарат теорії нечітких множин [4, 5].

Основна частина. НЛВ використовується для синтезу моделей типу «вхід-вихід» шляхом апроксимації залежності на основі лінгвістичних висловлювань «якщо-то» і логічних операцій над нечіткими множинами [5]. В результаті досліджень встановлено, що для оцінювання ефективного розподілу коштів на підприємстві доцільно використати наступні вхідні лінгвістичні змінні: x_1 – виручка від реалізації товарів, робіт і послуг підприємства; x_2 – собівартість реалізованої продукції; x_3 – вирахування з

¹⁹ Науковий керівник: к.т.н., доц. К. В. Молодецька

доходу; x_4 – чистий прибуток. Вихідною лінгвістичною змінною є інтегральний показник y – обсяг реінвестицій у основні засоби. Вхідні та вихідні лінгвістичні змінні системи НЛВ приймають значення, які належать універсальним множинам $[0;10]$ та оцінюються нечіткими термами – низький (Н), середній (С), високий (В). В роботі запропоновано систему НЛВ на основі алгоритму Мамдані [5], який складається з таких етапів.

1. *Фазифікація* вхідних лінгвістичних змінних $X = \{x_1, x_2, x_3, x_4\}$ і вихідної $Y = \{y\}$ для встановлення відповідності між значенням окремої змінної і значенням функції належності відповідного їй терму. Для цього використано модель узагальненої дзвоноподібної функції належності.

2. *Розробка бази правил* нечітких продукцій на основі експертних знань, що представляє собою кінцеву множину правил бази знань, узгоджених відносно використовуваних у них лінгвістичних змінних.

3. *Акумуляція висновків* нечітких правил продукцій здійснюється для об'єднання нечітких множин, відповідних термам, що відносяться до одних і тих же вихідних лінгвістичних змінних.

4. *Дефазифікація* вихідної змінної y для отримання її звичайного кількісного значення з використанням методу центру ваги [5].

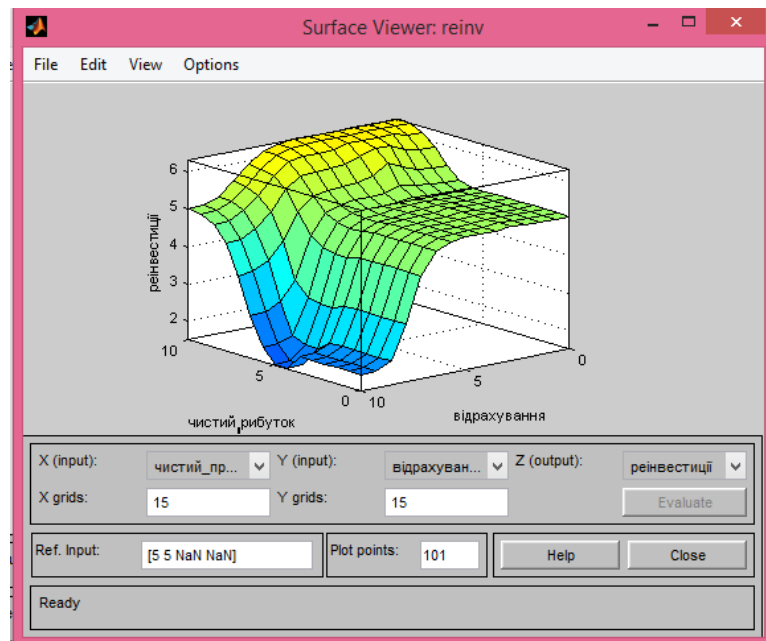


Рис. 1. Візуалізація нечіткої поверхні системи НЛВ для змінних x_3 і x_4

Реалізацію розробленої системи НЛВ оцінки реінвестицій в основні засоби при розподілі чистого прибутку після оподаткування було виконано засобами системи комп'ютерної математики MatLab та пакету Fuzzy Logic [5]. Наведемо приклад моделювання прийняття рішень щодо визначення реінвестицій в основні засоби. Нехай для таких цілей було встановлено наступні значення вхідних змінних у балах: $x_1 = 7$, $x_2 = 6$, $x_3 = 4,5$, $x_4 = 7$. Розроблена система оцінки визначила значення вихідної змінної, рівне $y = 5,73$. Використовуючи шкалу для переходу від оцінки балах отримують

значення вихідної змінної в грошовому еквіваленті. Залежність вихідної змінної від окремих вхідних змінних можна дослідити із використанням редактора поверхонь нечіткого висновку (рис. 1).

Висновок. Було розроблено модель розподілу реінвестицій із використанням нечіткої логіки для підвищення обґрунтованість процесів прийняття управлінських рішень. Завдяки використанню системи нечіткого логічного висновку можна досягнути ефективнішого розподілу реінвестицій підприємства, що позитивно відзначиться на прибутковості підприємства. Для підвищення адекватності моделі і її використання в діяльності підприємства, формування конкретних доцільно виконати корегування параметрів функцій належності змінних і правил нечітких продукцій системи.

Список використаної літератури

1. Федоренко В. Г. Інвестування. Зайнятість. Освіта / В. Г. Федоренко. – К.: Науковий Світ, 2009. – 216 с.
2. Ющенко Т. П. Реінвестиції дивідендів акціонерних товариств: податковий та бухгалтерський аспект : [електронний ресурс] / Т. П. Ющенко // Облік і фінанси АПК. – 2005. – Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/content/view/71/35/> (Дата звертання 12.05.2015). – Назва з екрану.
3. Бухгалтерський фінансовий облік: [підручник] / За редакцією проф. Ф. Ф. Бутинця. – 4-е вид., доп. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 688 с.
4. Климчук І. М. Оцінювання фінансового стану підприємств з використанням нечіткої логіки / І. М. Климчук // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2014. – № 790. – С. 13–20.
5. Бродський Ю. Б. Системний аналіз в економіці / Ю. Б. Бродський, К. В. Молодецька, О. М. Николук. – Житомир : ЖНАЕУ, 2014. – 176 с.

SWOT-АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОБУДІВНОГО УПРАВЛІННЯ

*Ігор Юрченко,
магістрант спец. «Фінанси і кредит»²⁰*

Постановка проблеми. У сучасних складних фінансових та конкурентних умовах успішність господарювання підприємств потребує ефективної та чіткої стратегії. У складі системного механізму управління діяльністю підприємства, а саме при створенні та виборі стратегії важливу роль необхідно відводити можливостям самого підприємства визначивши фактори, які на нього впливають. SWOT-аналіз, в свою чергу, являє собою організований господарством процес перевірки виконання всіх факторів,

²⁰Науковий керівник – к.е.н., доцент Недільська Л. В.

які впливають з метою реалізації розробленої політики розвитку і конкуренції на ринку.

Стратегія діяльності обумовлена внутрішніми галузевими особливостями розвитку підприємства. Зокрема, в конкретних умовах ці характеристики з поглибленням процесу інтеграції набувають нових ознак, потребують нових підходів, нової побудови менеджменту, а отже, підпорядкування економічного механізму новим соціально-економічним змінам і ситуаціям.

Здійснення SWOT-аналізу є невід'ємною складовою побудови всієї системи управління діяльністю підприємства і забезпечення ефективності його функціонування.

Результати дослідження. Провівши SWOT-аналіз ПАТ «ШБУ 42», було отримано бальні показники сильних і слабких сторін підприємства та оцінено можливість його банкрутства.

Перелік параметрів, за якими було оцінено внутрішнє середовище підприємства, зокрема його сильні та слабкі сторони наведено у табл. 1:

Таблиця 1

**Групи показників, за якими визначено сильні і слабкі сторони
ПАТ «ШБУ 42»**

Показник	2013 р.	2014 р.	Відхилення 2014 р. до 2013 р.
1. Прибутковість:			
- обсяг прибутку	13568	10734	2834
- рентабельність продукції	0,19	0,21	0,02
- рентабельність капіталу	0,03	0,06	0,03
- рентабельність власного капіталу	0,06	0,12	0,06
2. Продуктивність:			
- продуктивність праці	5,11	1,65	-3,46
- фондівдача	0,26	0,09	-0,17
- матеріалівдача	0,95	0,99	0,04
3. Фінансові ресурси:			
- коефіцієнт фінансової незалежності	0,25	0,26	0,01
- частка позичкового капіталу у структурі капіталу	0,14	0,046	-0,01
- співвідношення власного і позичкового капіталу	0,94	0,81	0,02
- оборотність капіталу	0,96	0,3	0,4
4. Виробничі потужності:			
- вартість необоротних активів	1817	1671	-146
- ступінь зношеності	0,34	0,35	0,01
5. Трудові ресурси, %:			
- коефіцієнт обороту по прийому	108	114	6
- коефіцієнт обороту по звільненню	8,69	14,13	5,17
- коефіцієнт плинності кадрів	6,52	9,78	3,26

На основі проведених розрахунків, визначено сильні та слабкі сторони ПАТ «ШБУ 42» (табл. 2).

При цьому враховано такі характеристики підприємства як:

1. *Репутація*. Передусім важливою є *прихильність споживачів*. За рахунок високої якості робіт і послуг, помірних цін, товариство користується високою прихильністю у споживачів. Також з боку держави підприємство має підтримку та постійні замовлення на роботу. Це підтримує ліквідність грошових потоків підприємства.

Таблиця 2

Сильні і слабкі сторони ПАТ «ШБУ 42»

Сфера діяльності	Сильні сторони	Слабкі сторони
Прибутковість	Всі показники рентабельності мають тенденцію до покращення	Підприємство не є досить прибутковим
Репутація	Велика прихильність споживачів. Хороші, налагоджені стосунки з діловими партнерами. Велика кількість клієнтів. Довготривалі стосунки з діловими партнерами. Багаторічний досвід роботи на ринку. Надійні постачальники сировини та матеріалів.	
Продуктивність	Конкурентоспроможність продукції. Добре обізнаний у специфіці діяльності фірми персонал	Продуктивність Поява конкурентів. Постійне збільшення продуктивності праці працівників, фондівіддачі та матеріаловіддачі. Зростання ціни на сировину.Сезонність.
Асортимент продукції	Збільшується асортимент послуг	
Фінансові ресурси	Постійне зростання фінансової незалежності підприємства та оборотності капіталу.	Низький рівень фінансової незалежності.
Виробничі потужності	Виробничі потужності Збільшення вартості необоротних активів. Наявність своїх виробничих цехів.	Зростання ступеня зношеності обладнання.
Дослідження і впровадження новинок	Сучасні виробничі потужності, великий технопарк.	
Організація фірми	Розроблена організаційна структура ПАТ «ШБУ 42» Чіткий розподіл обов'язків між працівниками. Швидке прийняття управлінських рішень.	
Трудові ресурси	Підвищення якості праці та мотивація персоналу. Залучення молодих та перспективних працівників.	Постійне звільнення персоналу.

Соціальна відповідальність	Здійснює набір працівників через відділ кадрів. Займається благодійністю	
----------------------------	---	--

Водночас, потрібно відмітити *довіру ділових партнерів*. ПАТ «ШБУ 42» користується великою довірою у ділових партнерів, а тому має велику кількість партнерів, з якими намагається підтримувати постійні ділові стосунки, зокрема: підприємство реалізує товар покупцям в кредит, а також, постійно шукає нових партнерів.

2. *Асортимент продукції* (робіт, послуг): щебінь; гравій; кам'яна мука; пісок; бітум.

3. *Дослідження і впровадження новинок*: підприємство має розвинений технопарк, використовує стандартизовані технології в роботі.

4. *Організація фірми*. Розподіл ділових обов'язків між працівниками підприємства здійснюється згідно організаційної структури. Зокрема, найвищу посаду на підприємстві посідають збори акціонерів, яким підпорядковується директор, якому в свою чергу підпорядковуються всі інші працівники. Водночас, з метою підвищення професійного рівня підприємство здійснює первинну професійну підготовку працівників, а також підвищення їх кваліфікації шляхом направлення їх на навчання у професійно технічні навчальні заклади за договорами. Окремої уваги заслуговує високий рівень робочої дисципліни на підприємстві, оскільки всі працівники сумлінно виконують свої обов'язки, за що вони отримують винагороду у вигляді премії.

5. *Соціальна відповідальність*, що проявляється через систему працевлаштування безробітних.

Проаналізувавши сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, можна відмітити про досить сприятливу та ефективну діяльність товариства загалом, оскільки сильні сторони підприємства значно переважають над слабкими сторонами.

Дослідивши можливості і загрози підприємства, можна сказати, що найбільшу загрозу для підприємства становлять економічні, політичні, науково-технічні та природні фактори, а найбільші можливості - соціальна сфера, попит, конкуренція та збут (табл. 3).

Таблиця 3

Можливості і загрози для ПАТ «ШБУ 42»

Групи факторів	Можливості	Загрози
Економіка	Велика частка ринку. Постійне збільшення попиту на продукцію. Зниження цін постачальників. Лише декілька основних конкурентів. Велика кількість покупців. Підприємство здійснює самостійну доставку товару, що покращує ділові стосунки з партнерами.	Кризові явища в економіці країни. Обтяжлива система оподаткування. Падіння попиту через зниження рівень доходів населення і бюджету держави. Високі темпи інфляції. Високий рівень безробіття.
Політика		Нестабільність законодавчої бази. Політична нестабільність.

		Низький рівень правової грамотності населення. Значна частка тіньової економіки.
НТП		Низький рівень розвитку технологій. Низький рівень запровадження інновацій.
Природне середовище		Постійне забруднення навколишнього середовища.
Соціальна сфера	Поява на рику праці більшої кількості кваліфікованих кадрів.	Низький рівень соціальної захищеності населення. Еміграція населення.

Визначивши всі фактори і сторони бло проведення анкетування на підприємстві, за кожною зі сторін, були отримані такі дані, які з факторів на думку працюючих на ПАТ «ШБУ 42», найбільше мають вплив на підприємство.

Сильні і слабкі сторони, можливості та загрози позиціонуються на полях матриці SWOT - аналізу (табл. 4).

Таблиця 4

Матриця SWOT-аналізу

	Можливості Поява на рику праці більшої кількості кваліфікованих кадрів. Велика частка ринку. Постійне збільшення попиту на продукцію.	Загрози Кризові явища в економіці країни. Обтяжлива система оподаткування. Падіння попиту через зниження рівня доходів населення. Високі темпи інфляції. Нестабільність законодавчої бази. Політична нестабільність. Значна частка тіньової економіки. Низький рівень запровадження інновацій. Постійне забруднення навколишнього середовища.
Сильні сторони Висока прибутковість. Налагоджені стосунки з діловими партнерами. Багаторічний досвід роботи на ринку. Зростання фінансової незалежності підприємства та оборотності капіталу. Збільшення вартості необоротних активів. Наявність своїх виробничих цехів. Чіткий розподіл обов'язків між працівниками. Швидке прийняття управлінських рішень. Підвищення якості праці та мотивація персоналу.	Поле СіМ Розширення асортименту послуг, наприклад, відкриття цеху по виготовленню продукції з дерева. Вихід на іноземні ринки. Збільшення обсягів реалізації продукції. Захоплення нових сегментів ринку. Випуск екологічно чистих продуктів. Застосування прогресивних систем і форм оплати праці. Впровадження нової і менш відхідної технології.	Поле СіЗ Диверсифікація діяльності підприємства. Пошук нових каналів збуту. Поліпшення цінової політики. Поліпшення якості продукції. Вдосконалення маркетингової діяльності.

Слабкі сторони Відсутність роздрібної торгівлі. Поява конкурентів. Зростання ціни на сировину. Сезонність. Низький рівень фінансової незалежності. Зростання ступеня зношеності обладнання. Постійне звільнення персоналу.	Поле СлМ Зменшення вартості товару шляхом зменшення витрат. Пошук більш дешевших джерел сировини. Інформування населення про товар. Збільшення асортименту продукції. Поліпшення умов праці.	Поле СлЗ Пошук додаткових інвесторів. Здача в оренду пустих складських приміщень. Продажа зайвого устаткування. Реалізація застарілої продукції за дешевшими цінами. Скорочення персоналу.
--	--	--

На основі матриці SWOT-аналізу чітко видно, що основною стратегією діяльності ПАТ «ШБУ 42» є стратегія Максі-Максі (Поле СіМ), а отже, підприємство повинно зміцнювати свої позиції на ринку шляхом диверсифікації товару, збільшення своєї частки на ринку, зокрема, вихід на ринок інших областей і виведення на ринок послуг новинок.

Висновки. Таким чином, провівши SWOT-аналіз діяльності ПАТ «ШБУ 42», виявлено недоліки в стратегії підприємства, які могли б призвести до невдачі проекту. Отже, при стратегічному плануванні перевагу необхідно віддати стратегії концентрованого зростання (концентрації зусиль), яка орієнтована на вузьку частину ринку. Сфокусована стратегія є привабливою для ПАТ «ШБУ 42» тому, що виконуються наступні умови: підприємство має досить навичок і ресурсів для успішної роботи у виробництві асфальтних доріг, а також ПАТ «ШБУ 42» може захистити себе від конкурентів в майбутньому, завдяки великій репутації та його здібностям в обслуговуванні покупців цільового сегменту.

Список використаних джерел

1. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. / За ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005 – 185 с.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ДИНАМІКИ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

А. Р. Журавська, аспірантка²¹

Постановка проблеми. Рентабельність доволі складна економічна категорія, як з точки зору її трактування, так і через наявність різних, іноді неоднозначних показників, що використовують для її оцінки. В зв'язку з цим, з'являється необхідність у створенні цілісної методологічної системи

²¹ Науковий керівник – д.е.н. доцент О. В. Скидан

показників, що дасть змогу адекватно оцінити рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств, а також розкрити головні чинники впливу на показники різних аспектів господарювання.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз теоретичних та практичних аспектів оцінки рівня рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції здійснено в працях В. Андрійчука, Ю. Баранчук, П. Гайдуцького, В. Горьового, Р. Лаврова, І. Лукінова, М. Мальованого, В. Месель-Веселяка, В. Онєгіної, П. Саблука, Г. Черевка та інших. Проте постає необхідність у здійсненні подальших досліджень щодо пошуку резервів підвищення рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції.

Результати досліджень. Існує декілька підходів до визначення поняття «рентабельність». Найчастіше рентабельність зводять до характеристики ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства. Зокрема, В. Андрійчук визначає рентабельність, як критерій економічної ефективності, що забезпечує отримання прибутку після вирахування всіх витрат на її виробництво і збут [1, с. 400]. Н. Мешкова-Кравченко, С. Покропивний, І. Семернікова [2, с. 456; 3, с. 237] аналізують рентабельність як умовний показник ефективності роботи підприємства. Деякі вчені розглядають рентабельність як спроможність збільшення вкладеного капіталу [5, с. 125].

Зважаючи на вищесказане, рентабельність – це показник, що визначає прибутковість та ефективність фінансово-економічного механізму функціонування сільськогосподарського підприємства в умовах ринкової конкуренції. Він показує правильність системи управління, а також доцільність управлінських рішень в процесі роботи сільськогосподарського підприємства.

Аналіз рівня рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції є необхідним етапом для діагностики кризових явищ підприємства, підвищення конкурентоспроможності його продукції. Розглянемо тенденції динаміки рівня рентабельності сільськогосподарського виробництва в сільськогосподарських підприємствах України у 2014 році (рис. 1). В цілому у звітному періоді по Україні рівень рентабельності продукції сільського господарства становить 26,3%, у Житомирській області – 20,6%, найвищий рівень в Івано-Франківській області – 50,4% , найнижчий – 7,5% у Закарпатській області.



Рис. 1. Рівень рентабельності (збитковості) сільськогосподарського виробництва у сільськогосподарських підприємствах у 2014 р.

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики у Житомирській області.

У 2014 році в цілому по Житомирській області рівень рентабельності продукції сільського господарства становив 20,6%. Але протягом останніх років цей показник значно коливався. Щодо рентабельності виробництва продукції рослинництва, то у 2014 р порівняно з 2009 роком цей показник зріс на 19,1 п.п. і становив 25,6%. Протягом досліджуваного періоду прослідковується збитковість продукції тваринництва, хоча у 2014 році показник рівня збитковості знизився на 10,4 п.п. та становив -3,3%. Динаміка рівня рентабельності продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Житомирської області наведена на рис. 2.

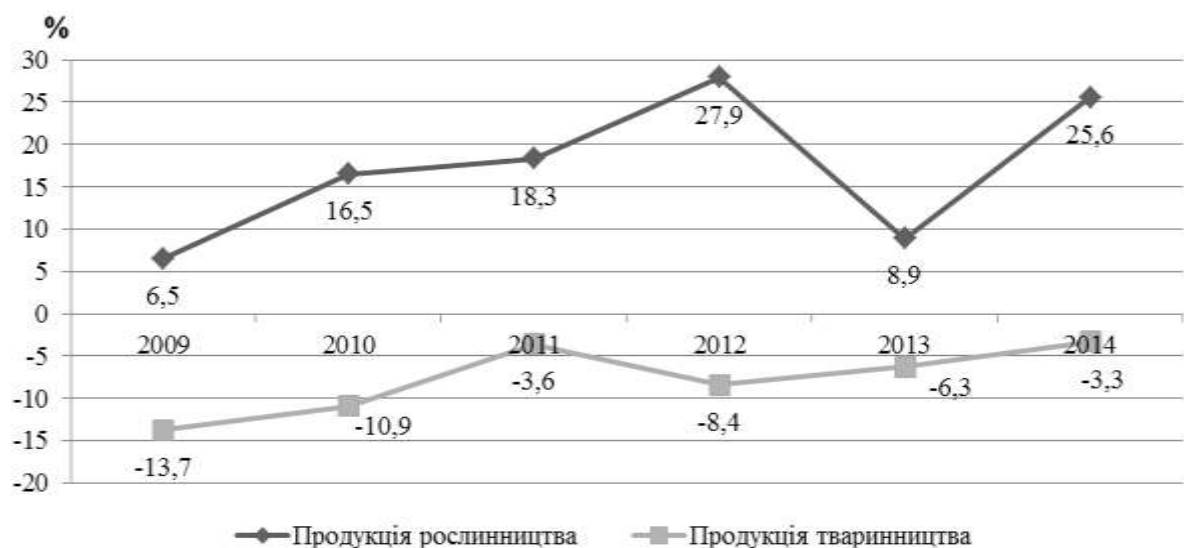


Рис. 2. Рівень рентабельності (збитковості) продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Житомирської області за 2009-2014 рр.

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики у Житомирській області.

Підвищення рівня рентабельності необхідно розглядати як ключовий критерій забезпечення ефективності сільськогосподарського виробництва. Аналіз рентабельності дозволяє сформувати необхідну структуру виробництва, визначитися зі спеціалізацією та сформувати тактичні й стратегічні аспекти діяльності аграрного підприємства. Нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції при оптимізації структури витрат створює необхідні умови для підвищення рентабельності виробництва, а, відтак, і поступове забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняному та зовнішньому ринках аграрної продукції.

Висновки. Зважаючи на вищевикладене можна зробити висновок, що в сільськогосподарських підприємствах Житомирської області за досліджуваний період зріс показник рентабельності продукції рослинництва (до 25,6% у 20014 р.), а також чітко сформувалася тенденція зниження рівня збитковості продукції тваринництва (до -3,3% у 2014 р.). Для підвищення рівня рентабельності сільськогосподарської продукції необхідно знижувати собівартість виробництва, нарощувати обсяги виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції тощо. Зростання прибутковості є можливим за рахунок збільшення обсягів виробництва та реалізації, удосконалення структури та якості продукції.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В.Г. Андрійчук. – [2-ге вид.]. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Економіка підприємства: підручник / [М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.]; за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – [Вид. 2-ге, перероб. та доп.] – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
3. Семернікова І.О. Економіка підприємства: навч. посібник [курс лекцій] / І.О. Семернікова, Н.В. Мешкова-Кравченко. – Херсон, ХДТУ, 2003. – 292 с.
4. Статистичний збірник. «Житомирщина у цифрах». 2014 рік. – Житомир: Головне управління статистики в Житомирській області, 2015.
5. Кейлер В.А. Экономика предприятия:[курс лекций] / В.А. Кейлер. – М.: ИНФРА- М; Новосибирск: НГАЭиУ, «Сибирское соглашение», 2000. – 132 с.

**МОДЕЛИРОВАНИЕ РОСТА СОИ
С ПОМОЩЬЮ ОБОБЩЕННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ**

Постановка проблемы и анализ последних исследований. Рост сои как биологического объекта характеризуется следующими показателями: продуктивность, определяемая как отношение урожая к посадочному материалу; темп роста; факторы торможения роста.

Для описания роста биологического объекта полезна логистическая функция Ферхюльста (1838 г.), которая ограничена пороговым значением [1]. Моделированию роста препятствует жесткий характер функции Ферхюльста, который ограничивает ее применение, и неопределенность интерпретации параметров [2]. Поэтому в области математического моделирования роста имеет место актуальная проблема, которая состоит в необходимости развития логистической функции и ее биологической интерпретации. Решение этой проблемы связано с использованием нелинейной логистической функции, которая имеет больше степеней свободы и обоснованную интерпретацию параметров [2]. В работе рассматривается моделирование роста с помощью нелинейной логистической функции.

Основной материал. Нелинейная логистическая функция является решением нелинейного неоднородного дифференциального уравнения 1-ого порядка

$$(1 + a_1 S) \frac{dS}{dt} + a_0 S^2 - \varphi^0 S = 0. \quad (1)$$

Нелинейность уравнения (1) проявляется за счет наличия слагаемых с коэффициентами a_0 и a_1 . При $a_0 = \varphi^0 / b_0$ получим нелинейное логистическое уравнение в типовой форме

$$(1 + a_1 S) \frac{dS}{dt} = \varphi^0 \left(1 - \frac{S}{b_0} \right) S, \quad (2)$$

где $b_0 = \varphi^0 / a_0$ – порог логистической функции.

Нелинейное логистическое уравнение (2) можно рассматривать как результат развития уравнения Ферхюльста $\frac{dS}{dt} = \varphi^0 \left(1 - \frac{S}{b_0} \right) S$ в направлении введения дополнительного нелинейного слагаемого $a_1 S \frac{dS}{dt}$ с коэффициентом a_1 . Обобщенное логистическое уравнение (2) имеет аналитическое решение, которое задает обобщенную логистическую функцию в виде трансцендентного уравнения

$$S(t) = g(b_0 - S(t))^{1+G} e^{\varphi^0 t}, \quad (3)$$

где g – величина, отражающая начальное значение; $G = a_1 b_0 = a_1 \varphi^0 / a_0$ – интегральный показатель потерь.

²² Научный руководитель: доцент кафедры КТ и МС Ю.А. Тимонин

Явную форму обобщенной логистической функции (3) можно получить, решая соответствующее (2) конечно-разностное уравнение. Дискретная логистическая функция в рекуррентной форме имеет вид

$$S_{k+1} = \left[1 + \varphi^0 \frac{1 - S_k / b_0}{(1 + a_1 S_k)} \right] S_k.$$

Показатели роста сои можно определить следующим образом.

- продуктивность $b_0 = 100$, определяемая как отношение урожая к посадочному материалу;
- темп роста φ^0 ;
- факторы торможения роста a_1

Значения обобщенной логистической функции зависят от значения параметра резистивных потерь a_1 . При разных значениях параметра a_1 получаем семейство кривых (рис. 1.)

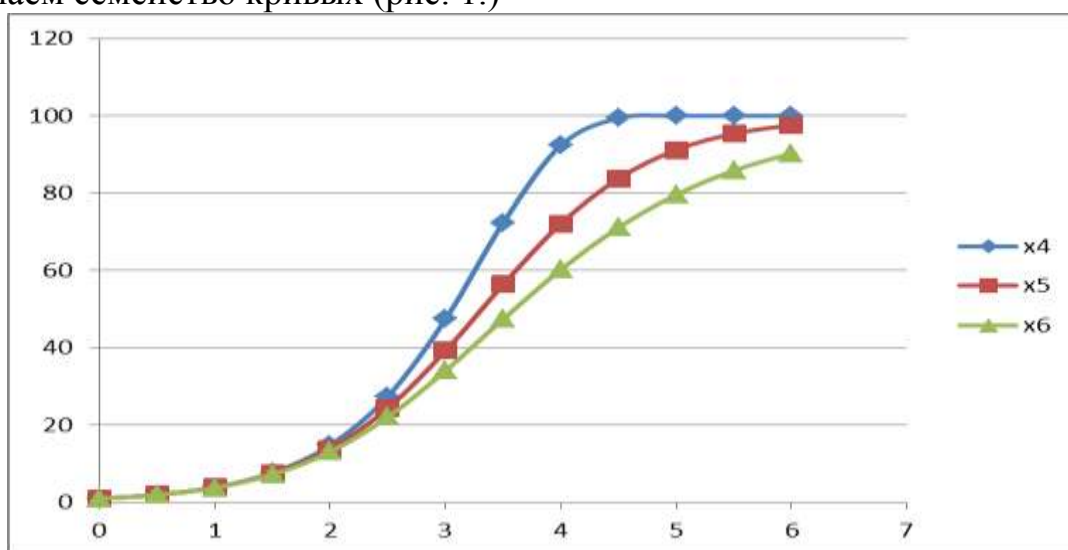


Рис. 1. Семейство кривых обобщенной логистической функции

Выводы и предложения. Обобщенная логистическая функция достаточно полно описывает режим заторможенного роста биологических объектов и может использоваться для моделирования роста сои. На рост сои влияют такие показатели как продуктивность, темп роста и факторы торможения роста. Повышение урожая связано в первую очередь с продуктивностью, которая отражается на модели в виде асимптотического порога. Дальнейшее повышение урожая связано с увеличением параметра темп роста и снижением факторов торможения.

Список использованной литературы

1. Ляшенко І.М. Основи математичного моделювання економічних, екологічних та соціальних процесів: навч. посіб. //І.М. Ляшенко, М.В. Коробова, А.М. Столяр / – Тернопіль: Навч. книга – Богдан, 2006. – 304 с.
2. Бродский Ю.Б., Нелинейная логистическая модель экономической стагнации. // Ю.Б. Бродский, Ю.А. Тимонин / Розвиток агробізнесу в Україні: проблеми, пріоритети, перспективи. Матеріали Всеукраїнської

науково-практичної конференції, присвяченої 10-річчю факультету аграрного менеджменту, 25-27 березня 2010 р. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2010. – 312 с. – С.146-148.

ДИНАМІКА І ПРОГНОЗУВАННЯ УРОЖАЙНОСТІ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР СФГ «КУДИНСЬКИЙ»

В.Кудинський, студент²³

Постановка проблеми. Найважливішою складовою агропромислового комплексу України є зернова галузь. Від ефективності зернової галузі залежить продовольство і добробут всієї країни, гарантування національної безпеки та можливість експорту. Розробка заходів з підвищення результативності зерновиробництва як на макро-, так і на мікрорівнях вимагає виявлення основних проблем та тенденцій розвитку галузі, у т. ч. шляхом моніторингу стану та характеру змін рівня урожайності зернових культур. Вчасна ідентифікація негативних або виявлення та підсилення сприятливих тенденцій забезпечить зростання темпів приросту ефективності виробництва зерна. Наведене свідчить про існування необхідності розробки адекватної та, водночас, нескладної для практичної реалізації методики прогнозування економічних показників, застосування якої дасть можливість виробникам зернової продукції адаптуватись до змін зовнішнього середовища та адекватно на них реагувати.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми, пов'язані з розвитком зернової галузі України, досліджували такі вчені-аграрники як В. І. Бойко, В. І. Власов, О. М. Гордуновський, І. О. Гуржій, В. М. Жук, І. В. Кобута, А. В. Гордєєв, Т. Ф. Рябова та інші. Водночас, з огляду на стрімкий розвиток методичного апарату статистико-економічних методів та методів моделювання, а також через їх невикористання діючими сільськогосподарськими підприємствами у процесі управління, вкрай важливим є практична реалізація на прикладі окремих виробників.

Результати дослідження. Зростаючий попит на зернові культури стали основою для економічної стабільності країни. Наразі близько 25 % всієї валютної експортної виручки України генерується сільськогосподарськими підприємствами. За останні десять років ця частка зросла вдвічі, з 13,3 % до 25,9 %. Для зерновиробництва в Україні є характерною нестабільність. Внаслідок низької технологічності культури та хронічного недофінансування валовий врожай зернових суттєво залежить від погодно-кліматичних умов і може змінюватись рік від року на 100 % і більше.

²³ Науковий керівник – к.е.н., доцент О. М. Николук

Процес прогнозування рівня врожайності зернових складається із кількох етапів. На першому важливо побудувати рівняння регресії, що відображатимуть залежність динаміки рівня врожайності від фактору часу. Для цього зазвичай використовую такі функції тренду: лінійна, логарифмічна, експоненціальна, степенева, показникові та квадратична. Після цього обирається найкраще рівняння за значення коефіцієнта детермінації R^2 , адекватність якого надалі оцінюється критерієм Фішера. Обґрунтувавши можливість використання обраного рівняння регресії, будується прогноз. Слід зазначити, що прогнози на основі методів регресійного аналізу здебільшого можуть охоплювати максимум 3 роки через нестабільність тенденцій. Тобто такі прогнози слід відносити більше до тактичного, а не стратегічного прогнозування.

Для того, щоб показати динаміку урожайності, необхідно брати вибірку даного показника за декілька (наприклад, 10) років. Така величина часу дасть змогу наочно оцінити ситуацію щодо урожайності в даному регіоні чи на даному підприємстві. Розглянемо динаміку урожайності зернових культур на прикладі сільського фермерського господарства «Кудинський», яке знаходиться в Попільнянському районі та спрогнозуємо урожайність зернових у господарстві (рис. 1). Як видно з рисунку, до 2010 р. мала місце тенденція до зростання досліджуваного показника, яка поступово зникла. Урожайність зернових культур протягом 2004-2014 рр. у СФГ «Кудинський» зросла на 14,5 ц/га.

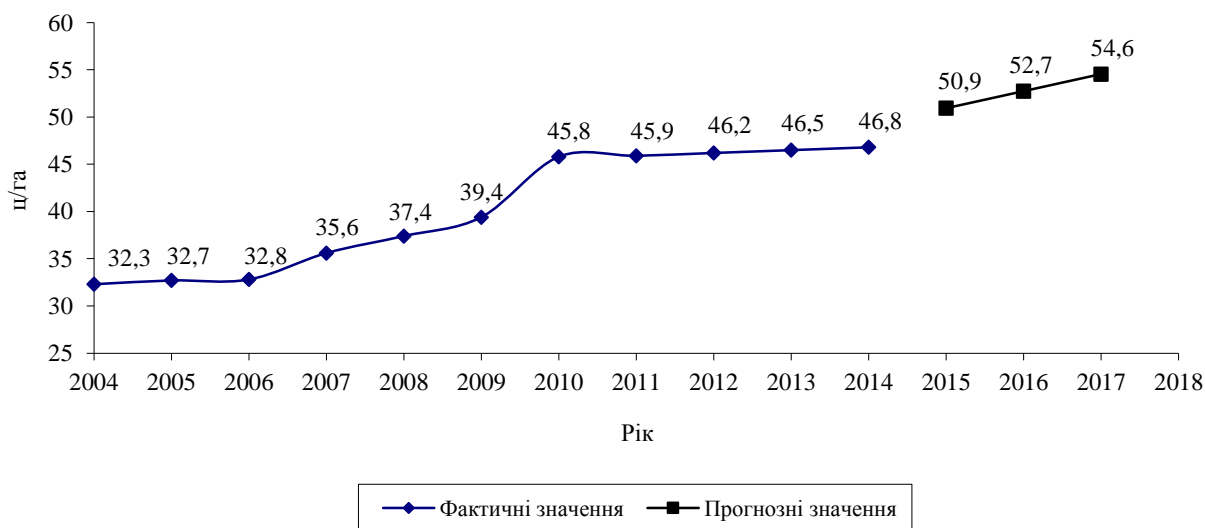


Рис. 1. Динаміка зміни урожайності зернових культур протягом 2004–2014 рр. та прогноз на 2015–2017 рр.

Тенденція зміни рівня врожайності зернових культур СФГ «Кудинський» описується лінійним рівнянням: $y = 29,4 + 1,8t$. Тобто щорічно рівень врожайності зернових у СФГ «Кудинський» зростає на 1,8 ц/га. Коефіцієнт детермінації побудованої моделі становить $R^2 = 0,91$. Фактичне значення F -критерію Фішера рівне $F_{\delta} = 94,26$, при критичному значенні $F_{\epsilon\delta} = 5,32$. Отже, модель є адекватною і дозволяє будувати прогноз

на найближче майбутнє. Виходячи з наведених даних урожайності зернових культур сільського фермерського господарства, можна спрогнозувати підвищення урожайності зернових культур у 2015 р. до 50,9 ц/га, у 2016 р. – 52,7, у 2017 р. – 54,6 ц/га. Однак, варто зауважити, що погодно-кліматичні умови є невід’ємним фактором, який впливає на урожайність зернових культур. При незмінному кліматі та сталих зовнішніх економічних умовах урожайність у господарстві зростатиме й надалі.

Висновки та пропозиції. Отже, провівши аналіз урожайності зернових культур у СФГ «Кудинський», можна зробити висновок, що прогнози щодо динаміки рівня урожайності є досить позитивними, адже вони говорять про те, що у найближчі три роки очікується збільшення цього показника. Також встановлено, що за незмінної тенденції рівня урожайності, рівень урожайності зернових культур у 2015 р. очікується на рівні 50,9 ц/га. Перспективним у подальшому є ознайомлення керівників сільськогосподарських підприємств із проілюстрованою простою технологією прогнозування, яка не потребує використання спеціального програмного забезпечення. Водночас, невід’ємною від побудови прогнозів має стати процедура кількісного оцінювання та аналізу природо-кліматичних ризиків у розрізі окремих культур.

Список використаних джерел

1. Програма «Зерно України – 2015» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fishcultivation.ru/zerno.pdf>
2. Грицюк П. М. Аналіз, моделювання та прогнозування динаміки врожайності озимої пшениці в розрізі областей України / П. М. Грицюк. – Рівне: НУВГП, 2010. – 350с.
3. Грицюк П.М. Динаміка врожайності зернових: прогнози і ризики / П. М. Грицюк. // Економіка країни. – 2009. – № 11. – С. 42-52.

РІШЕННЯ ЗАДАЧІ ОПТИМАЛЬНОГО УРОЖАЮ КАРТОПЛІ В УМОВАХ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*В.В. Радченко,
студентка групи А-14-М24*

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Існує багато проблем пов’язаних із збільшенням сільськогосподарського виробництва в Житомирській області, але головною з них є потреба в картоплі. Проблема зростання урожаю картоплі виникає через дефіцит високоякісного посадкового матеріалу. До вирішення цієї проблеми варто підійти з позиції завдання оптимального урожаю. Постановка завдання припускає вибір

²⁴ Науковий керівник: доцент кафедри КТіМС Ю.О. Тимонін

математичної моделі зростання урожаю і застосування її для вирішення завдання. До моделі, що призначена для вирішення завдання оптимального урожаю, відноситься модель оптимального росту урожаю. Аналіз цієї моделі описує зростання урожаю на тривалих інтервалах часу, що охоплюють декілька репродукційних циклів. Враховуючи, що дану проблему зростання сільськогосподарського виробництва картоплі слід вирішувати на довгому проміжку часу, для даного завдання доцільно використовувати модель оптимізації доходу. У статті розглядається застосування моделі оптимального урожаю для вирішення завдання зростання урожаю картоплі.

Результати досліджень. У основу моделі оптимального урожаю покладений принцип розподілу, який полягає в тому, що урожай розподілений на дві частини. Одна частина урожаю розглядається як витрати, необхідні для участі в наступному репродукційному циклі, пов'язаному з майбутнім урожаєм. Витрати включають посадковий фонд і добрива, підготовку площ і техніки і т.д. Інша частина урожаю розглядається як дохід. Ця частина урожаю виводиться з репродукційного циклу і прямує на споживання, продаж і т.д. Тоді рівняння розподілу урожаю $x = v + y$, де x – об'єм біомаси урожаю; v – витрати, пов'язані з майбутнім урожаєм; y – дохід від урожаю. Для нормованого рівняння сума частин урожаю тотожно рівна одиниці $a + b = 1$, де $a = v/x$ – частка витрат в урожаї; $b = y/x$ – частка доходу в урожаї. Завдання оптимального урожаю полягає у визначенні умов, при яких сумарний урожай, отриманий за декілька років, досягає максимального значення. У загальному випадку зростання урожаю залежить від наявності площ і устаткування, економічних показників і інших чинників. Всі ці величини включені в комплекс витрат, пов'язаних з майбутнім урожаєм. Модель оптимального урожаю допускає постановку декількох завдань оптимізації, серед яких найбільш актуальна оптимізація доходу від урожаю. Мета завдання – визначити, при яких долях доходу забезпечується оптимальне значення сумарного доходу, отриманого за декілька років. Дискретне рівняння доходу для періодів інтервалу часу має вигляд:

$$y_n = br[(1-b)r]^{n-1} v_1 \quad (1)$$

Умова оптимуму доходу – це умова рівності нулю похідної від функції доходу по частці доходу $\partial y_n / \partial b = (1-b)^{n-2} (1-nb) r^n v_1 = 0$. Вирішення рівняння $\partial y_n / \partial b = 0$ дає координати максимумів доходу $b^* = 1/n$. Максимальне значення доходу описується виразом $y_n^* = \frac{(n-1)^{n-1}}{n^n} r^n v_1$. Сумарний дохід за інтервал часу, що складається з n періодів, описується сумою виразів:

$$Y_N = (br) \sum_{n=1}^N [(1-b)r]^{n-1} v_1. \quad (2)$$

З виразу (2) виходить, що сумарний дохід має максимум, а точка максимуму залежить від частки доходу і кількості періодів. Оскільки загальне аналітичне вирішення рівняння $\partial Y_k^b / \partial b = 0$ відсутнє, координати

максимуму слід шукати чисельними і графічними методами. Графічна залежність річного доходу врожаю картоплі (мал. 1), побудована по рівнянню (1) для $R = 4$.

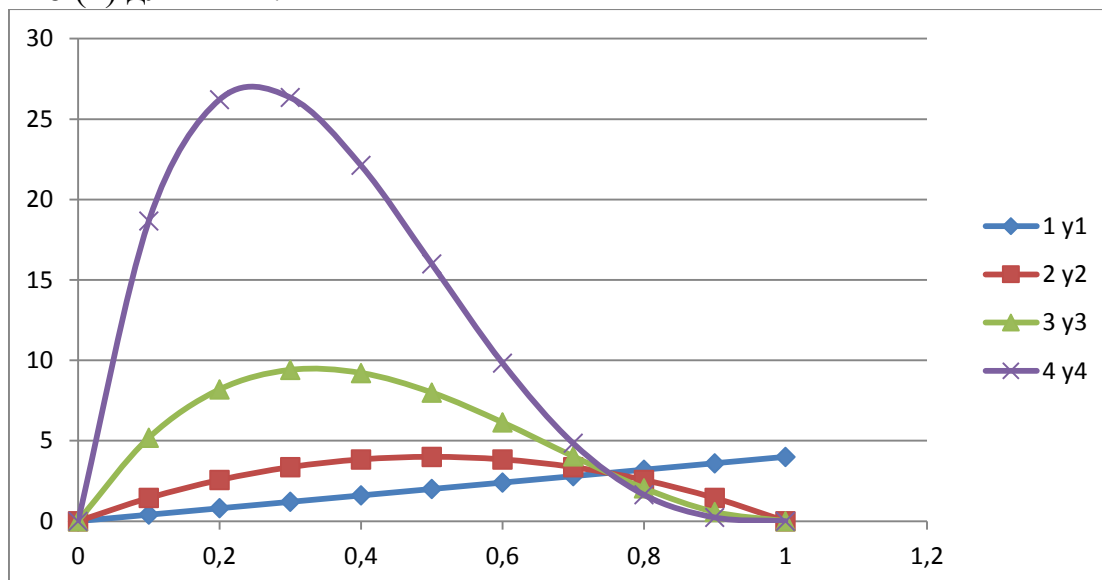


Рис. 1. Залежність річного доходу від частки доходу і кількості періодів

Висновки та пропозиції. Для картоплі залежність доходу від частки доходу описується опуклою кривою, що має явно виражений максимум, координати якого залежать від частки доходу і кількості періодів в інтервалі. Значення доходу в точках максимуму істотно перевищують значення доходу за межами цієї точки. Порівнюючи результати динамічної максимізації доходу з фактичними даними показує, що потенціал зростання картоплі десятки разів перевершує фактичні досягнення. Це свідчить про великі упущені можливості в збільшенні урожаю. Застосування принципів динамічної максимізації доходу може сприяти раціональному розподілу доходу, який відповідає істотному підвищенню темпів зростання урожаю картоплі.

Список використаних джерел

1. Ляшенко І.М. Основи математичного моделювання економічних, екологічних та соціальних процесів: [навч. пос.] / М.В. Коробова, А.М. Столяр – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2006. – 304 с.
2. Тимонін Ю.О. Метод динамічної оптимізації доходу у проблемі росту економіки. Моделювання й інформаційні системи в економіці. Зб. Наук. Праць / Відп. ред. В.К. Галіцин/ Вип..75. – К.:КНЕУ, 2007. – С. 292-299.

ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОЩУВАННЯ РОМАШКИ ЛІКАРСЬКОЇ

Постановка проблеми. Постійне ускладнення економічних систем вимагає вдосконалення механізмів аналізу економічних об'єктів і процесів, передбачення розвитку бізнес-процесів та прогнозування результатів впровадження тих чи інших заходів, розробки управлінських рішень на всіх рівнях господарської ієрархії управління. Останнім часом широко використовуються математичні методи як у розв'язанні конкретних економічних та управлінських задач, так і у розвитку самої економічної науки. Одним з таких методів є метод імітаційного моделювання. Значною мірою переваги застосування імітаційних моделей проявляються у сфері матеріально-технічного забезпечення, у логістиці, в управлінні процесами реалізації інвестиційних проектів на різних етапах їх життєвого циклу з урахуванням можливих ризиків. Практична реалізація імітаційного моделювання дозволяє дослідити поведінку окремих елементів досліджуваних систем і, тим самим, більш ґрунтовно підійти до прийняття управлінського рішення.

В умовах сьогодення розвиток ринку лікарських рослин відносно новий вид діяльності, що зумовлює обґрунтованість використання імітаційного моделювання, яке не потребує даних за багато років. У цілому, проблеми моделювання рентабельності вирощування ромашки лікарської зумовлені необхідністю комплексного аналізу операційної, фінансово-інвестиційної, маркетингової діяльності підприємства, забезпечення економічної спроможності підприємства з урахуванням різних факторів зовнішнього і внутрішнього ризикового середовища, здебільшого стохастичного характеру, залишаються невирішеними. У зв'язку із цим, розробка комплексу імітаційних моделей та застосування технології проведення імітаційних експериментів відносно рентабельності вирощування ромашки лікарської є актуальною проблемою, яка й обумовила вибір теми дослідження.

²⁵ Науковий керівник – к.е.н, доцент Николук О.М.

Аналіз останніх досліджень. Вивченню різних аспектів імітаційного моделювання, плануванню та проведенню імітаційних експериментів приділено багато уваги такими фахівцями в області імітаційного моделювання, як Р. Фішер, Т. Нейлор, Дж. Клейнен, Ю. М. Адлер, Р. Шеннон, Н. П. Бусленко, С. В. Емельянов, Н. Н. Личкіною, З. М. Соколовською та ін. Зокрема, методологічною основою для розвитку імітаційного моделювання стали роботи Н. П. Бусленка, В. М. Глушкова, Н. Н. Моїсєєва, Т. І. Марчука, І. М. Коваленка. Процеси побудови та практичного застосування імітаційних моделей досліджували А. Н. Ілларіонов, С. Г. Лобанов, Л. П. Владіміров, В. Ф. Ситник, Н. С. Орленко, В. Ф. Беседін, Б. Я. Панасюк, І. В. Крючкова.

Виклад основного матеріалу. Розвиток ринку лікарських рослин є надзвичайно перспективним. Про це свідчить, передусім, високий рівень рентабельності цього виду продукції. Зокрема, рентабельність вирощування деяких трав (наприклад, календули лікарської) перевищує рентабельність вирощування цмину піщаного й може сягати 50–100 %. Закупівельні ціни на суху кору дуба коливаються від 0,9–1,1 дол. США, а фасована ціна сягає до 3,70 дол. США. Ціна ж ромашки лікарської після фасування зростає у 6–8 разів [3]. Відтак, вирощування цієї лікарської рослини є перспективним для вітчизняного сільського господарства.

Застосовану технологію імітаційного моделювання розглянуто на прикладі задачі, в якій новостворене підприємство прагне обґрунтувати доцільність вирощування ромашки лікарської. У дослідженні використано припущення про те, що рівень врожайності ромашки лікарської і витрати у розрахунку на 1 га розподілені за нормальним законом. Також експеримент проведено на базі 500-т з метою визначення ймовірності того, що рівень рентабельності ромашки лікарської буде менший за плановий (75 %). Вихідні дані представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для імітаційного моделювання рівня рентабельності вирощування ромашки лікарської

Вихідні дані	Характеристика
Середній рівень врожайності з 1 га	Середній рівень врожайності ромашки лікарської (сухої) становить 400 кг/га. Середньоквадратичне відхилення врожайності – 200 кг.
Витрати на вирощування 1 га	За даними підприємств з вирощування лікарських рослин витрати на вирощування 1 га ромашки лікарської у 2014 р. становили 5500 грн/га. Середньоквадратичне відхилення – 400 грн/га.
Ціна продажу за 1 кг	За поточними даними підприємств складає близько 35 грн/кг.

Для обчислення рівня рентабельності вирощування ромашки лікарської необхідно створити робочий лист у середовищі *Excel*, куди ми заносимо вихідні дані та прописуємо формули для розрахунків. Далі необхідно згенерувати 500-т (інколи 1000) значень (ітерацій) середнього рівня врожайності та витрат на вирощування ромашки лікарської. Імітація з інструментом «Генератор випадкових чисел» призначений для автоматичної генерації безлічі даних (генеральної сукупності) заданого

обсягу, елементи якого розподілено за відомим (у даному випадку нормальним) законом розподілу. Наступним етапом є розрахунок очікуваного рівня рентабельності вирощування ромашки лікарської для кожної ітерації. В результат буде отримано 500-т рівнів рентабельності, яку визначено за формулою:

$$P_{\text{раб}} = \frac{(P \cdot Z) - V}{V} \cdot 100\%,$$

де $P_{\text{раб}}$ – рівень рентабельності; P - ціна продажу за 1 кг; Z – середній рівень врожайності з 1 га; V – витрати на вирощування 1 га.

За отриманими результативними значеннями рівня рентабельності обчислюємо ймовірність того, що рівень рентабельності вирощування ромашки лікарської буде не менша за планову:

$$p = \frac{q}{n},$$

де p – ймовірність того, що проект буде збитковим; q – кількість ітерацій, для яких рівень рентабельності менший за плановий; n – кількість ітерацій (500).

У результаті здійснення відповідних розрахунків із ймовірністю $p = 0,11$ можна стверджувати, що рівень рентабельності вирощування ромашки лікарської новоствореним підприємством буде менший за плановий (75 %). Це свідчить про доцільність впровадження проекту з вирощування ромашки лікарської, що в кінцевому результаті принесе достатній прибуток.

Висновки та пропозиції. Застосування методики імітаційного моделювання є одним із перспективних напрямків удосконалення ринку лікарських рослин, оскільки на відміну від оптимізаційних моделей дає змогу врахувати ймовірнісний характер прогнозів результативності здійснення господарської діяльності. За результатами імітаційного моделювання встановлено, що вирощування лікарських рослин, зокрема ромашки лікарської, як бізнес, завжди буде рентабельним. У подальшому з метою вдосконалення методичних аспектів моделювання відносно нових господарських процесів важливо розробити методику виявлення та математичного описання законів розподілу випадкових величин, якими є практично всі фінансово-економічні показники.

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми лікарського рослинництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.propozitsiya.com>.
2. Дорошко В. В. Організація виробництва за допомогою імітаційного моделювання операцій [Електронний ресурс] / В. В. Дорошко // [Відповідальна економіка](#). – 2012. – Вип. 4. – С. 41–42. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/jpdf/viec_2012_4_18.pdf
3. Комарніцький В. Лікарські рослини – це рентабельно / В. Комарніцький. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tovtry.km.ua>

4. Лычкина Н.Н. Имитационное моделирование экономических процессов: Учебное пособие для слушателей программы eMBA / Н. Н. Лычкина – М. : Академия АйТи, 2005. – 164 с.
5. Пинаева А. Имитационное моделирование: оптимизация бизнес-процессов [Электронный ресурс] / А Пинаева. – Режим доступа: <http://www.businessstudio.ru>.
6. Ситник В.Ф. Імітаційне моделювання: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. Дисц / В.Ф. Ситник, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 1999. – 208 с.

Підписано до друку 08.07.2014 р.

Умов. друк. арк. 16,97.

Наклад 100 прим. Зам. № 52.

Житомирський національний агроекологічний університет, 2014.
10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7