

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ І МЕНЕДЖМЕНТУ

СТУДЕНТСЬКИЙ КОМІТЕТ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО
ІНСТИТУТУ БІЗНЕСУ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ВІСНИК
СТУДЕНТСЬКОГО
НАУКОВОГО
ТОВАРИСТВА

Випуск № 2 / 2017

Харків – 2017

ББК 74.58.268

В 53

*Рекомендовано Вченою радою Харківського національного технічного
університету сільського господарства імені Петра Василенка.*

Протокол № 3 від 30.11.2017 р.

В 53 Вісник студентського наукового товариства навчально-наукового
інституту бізнесу і менеджменту Харківського національного технічного
університету сільського господарства: збірник наукових праць. – Харків:
ХНТУСГ, 2017. – Вип. 2. – 161 с.

*Редакційна колегія: ОНЕГІНА В.М., доктор економічних наук,
професор (головний редактор);
ВАСИЛЬЄВ А.Й., доктор економічних наук, професор;
КОРНІЄЦЬКИЙ О.В., доктор економічних наук, професор;
КРАСНОРУЦЬКИЙ О.О., доктор економічних наук, професор;
МАРЕНИЧ Т.Г., доктор економічних наук, професор;
ОРЕЛ В.М., доктор економічних наук, професор;
ПОТИШНЯК О.М., доктор економічних наук, професор;
ЗАЙКА С.О., кандидат економічних наук, доцент;
КРАВЧЕНКО О.М., кандидат економічних наук, доцент;
ШИБАЄВА Н.В., кандидат економічних наук, доцент;
МАНДИЧ О.В., доктор економічних наук, доцент
(відповідальний секретар);
ОНОПРІЄНКО К.С., голова студентського комітету ННІ БМ;
ДЯДЬКІН О.С., голова студентського наукового товариства ННІ БМ*

ББК 74.58.268

В 53

Адреса редакції:

Україна, 61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44, каб. 311

E-mail: visnyk_snt_bm@ukr.net

*© Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка, 2017*

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Балабатько Д.М., Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – к.е.н., доцент Рижикова Н.І.

Витрати являють собою найважливішу складову виробництва, що має вагомий вплив на кінцевий результат діяльності сільськогосподарського підприємства. Саме через це інформація з приводу витрат повинна посідати основне місце в системі управління підприємством.

Відомі економісти Е.С. Хендріксен та М.Ф. Ван Бреда зазначають що, «витрати» представляють собою несприятливий рух ресурсів, який зменшує прибуток фірми. Проте не кожен несприятливий рух є витратами. Більше того, витрати – це використання або споживання товарів і послуг в процесі отримання доходу [1].

У національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку (далі П(С)БО) 16 «Витрати» п.6, витрати визначаються як «або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені» [2].

Рада по розробці стандартів фінансового обліку визначає витрати як «вибуття або інше використання активів або утворення кредиторської заборгованості (або сполучення і того, і іншого) у результаті поставки або виробництва товарів, надання послуг або виконання інших видів діяльності, які складають основну діяльність підприємства». Порівняно з наведеним визначенням, перевагу можна віддати визначенню витрат, яке надавалося Американським інститутом присяжних бухгалтерів, як «усіх понесених витрат, які вираховуються з доходів» [1].

Провівши аналіз наукової літератури з тлумачення поняття «витрати» зазначимо, що більша кількість авторів вважають витратами використані ресурси або кошти, що спрямовані на процес виробництва продукції або ж придбання товарів та послуг.

Основними завданнями обліку витрат діяльності є:

- інформаційне забезпечення адміністрації підприємства щодо витрат для прийняття управлінських рішень;
- спостереження і контроль за фактичним рівнем витрат порівняно з їх нормативами і плановими розмірами з метою виявлення відхилень та формування економічної стратегії на майбутнє;
- достовірний облік виходу продукції за її видами з урахуванням якості;
- обчислення собівартості виготовленої продукції для оцінки готової продукції і розрахунку фінансових результатів;
- виявлення і оцінка економічних результатів діяльності структурних підрозділів;
- систематизація інформації управлінського обліку виробничої діяльності для прийняття рішень, які мають довгостроковий характер (окупність виробничих програм, рентабельність продукції, ефективність капітальних вкладень тощо).

Метою обліку витрат діяльності підприємства є документальне, своєчасне, повне і достовірне відображення фактичних витрат за їх видами та видами діяльності для здійснення контролю за використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів [4].

Особливості обліку, на думку В.І. Ластовецького, визначаються сезонними умовами сільськогосподарського виробництва. Процес праці в часі не завжди збігається з одержанням продукції: праця витрачається впродовж цілого року, тоді як продукцію рослинництва зазвичай одержують у певну пору року [3].

Однією з основних проблем, що постає в обліку витрат основної діяльності підприємства на вітчизняному ринку є проблема повного та своєчасного відображення інформації щодо цих витрат у системі обліку.

За твердженням К.В. Бурко, не менш важливою проблемою обліку витрат сільськогосподарського підприємства є проблема створення єдиної загальнодержавної бази норм і нормативів для обліку та контролю витрат сільськогосподарського підприємства.

Розробка і запровадження норм і нормативів сприяють наведенню елементарного порядку та дисципліни в підприємстві, тому наша законодавча і виконавча влади зобов'язані приділяти цьому питанню більше уваги з метою скорочення сум непродуктивних витрат (втрат) підприємства [5].

Важливу роль для сільськогосподарських підприємств відіграють напрями удосконалення обліку, які можна застосувати на практиці, які можна розглянути у табл.1.

Таблиця 1

Напрями удосконалення обліку витрат основної діяльності*

Напрямок	Особливість
Організація обліку витрат за стадіями технологічного процесу	Призведе до того, що буде можливість виявлення внеску керівництва кожного з центрів відповідальності в загальний розмір витрат підприємства та підвищити відповідальність менеджерів.
Бюджетування витрат на виробництво продукції, яка виготовляється	Дає змогу побачити різницю між кошторисними і фактичними показниками, а також можливість використання управління витратами за відхиленнями для більш швидкої реакції на зміну ринкових умов і пошуку вигідних комбінацій ціни й обсягу виробництва.
Створення системи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції	Ця система відображатиме специфіку підприємств комплексної переробки сировини.
Облік і калькулювання собівартості супутньої продукції	Можливість підвищення прибутковості підприємства.
Використання системи калькулювання неповних витрат у комплексних виробництвах	Надасть можливість для прийняття управлінських рішень щодо визначення обсягів діяльності й вибору їхніх оптимальних варіантів у розрізі асортименту продукції, що випускається

Джерело: узагальнено автором на основі [6]

Література.

1. Носова С.С. Экономический контроль: сущность и формы проявления / С.С. Носова. – М.: Экономика, 1991. – 176 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р., № 318 (зі змінами та доповненнями) // Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
3. Методичні рекомендації планування, обліку і калькулювання собівартості товарів (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Ластовецький В.І. Забезпечення підприємницької діяльності / В.І. Ластовецький // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 10. – С. 7–10.
5. Бурко К.В. Сучасний стан та перспективи вивчення поведінки витрат з метою управління діяльністю сільськогосподарських підприємств / К.В. Бурко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua>.
6. Собченко А.М. Удосконалення систем методів обліку витрат та калькулювання собівартості сільськогосподарської продукції / А.М. Собченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sevntu.com.ua/jspui/bitstream/123456789/5458/1/130_38



ДО ПИТАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ БАЛАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР

*Біловол І.Є., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.

За умов переходу економіки України до ринкових відносин значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності.

Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємства. Фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства.

Систематичний аналіз фінансового стану підприємства, його платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості необхідний ще й тому, що дохідність будь-якого підприємства, розмір його прибутку багато в чому залежать від його платоспроможності. Фінансовий стан підприємства враховують і банки, розглядаючи режим його кредитування та диференціацію відсоткових ставок.

Питання аналізу фінансового стану підприємства висвітлені у численних працях вітчизняних і зарубіжних вчених О.М. Бандурки, М.Д. Білика, О.О. Непочатенка, А.М. Поддєрьогіна, П.А. Стецюка, А.В. Чупіса, та багатьох інших дослідників.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

В основі фінансового аналізу лежить аналіз фінансової звітності, а основними прийомами аналізу фінансової звітності є читання звітності, горизонтальний, вертикальний та коефіцієнтний аналіз.

Аналізуючи тенденції основних показників, необхідно брати до уваги, що баланс, будучи основною звітною і аналітичною формою, не є вільним від деяких обмежень, найбільш суттєві з них наступні [7].

Баланс є історичним за своєю природою: він фіксує сформовані на момент його складання підсумки фінансово-господарських операцій.

Представлена у балансі абсолютна величина накопиченого прибутку не показує без зазначення витрат і обсягу реалізації, в результаті чого склалась саме така сума.

Інтерпретація балансових показників можлива лише з залученням даних про обороти. Баланс є зведення моментних даних на кінець звітного періоду і через це не відображає адекватно стан коштів підприємства протягом звітного періоду.

За даними звітності можна розрахувати цілий ряд аналітичних показників, але всі вони будуть малозначущі без порівняння. Аналіз повинен проводитися в динаміці і доповнюватись оглядом аналогічних показників у схожих підприємств, їх середньогалузевими значеннями.

Фінансовий стан підприємства і перспективи його зміни перебувають під впливом не тільки факторів фінансового характеру, але й багатьох інших, які не мають вартісної оцінки. В їх числі: можливі політичні і загальноекономічні зміни, зміни форм власності, професійна підготовка персоналу тощо. Тому аналіз бухгалтерської звітності повинен включати не тільки формалізовані критерії, а й неформальні оцінки.

Підсумок балансу не відображає, як правило тої суми коштів, якою реально розпоряджається підприємство, його “вартісної оцінки”. Баланс дає лише облікову оцінку

активів підприємства і джерел їх покриття; поточна ринкова оцінка цих активів може бути абсолютно іншою і може бути виявлена лише в процесі його продажу.

Найбільш широко при фінансовому аналізі використовуються фінансові коефіцієнти. Але система нормативних значень коефіцієнтів не враховує специфічних особливостей сільськогосподарської галузі [2].

Коефіцієнти можуть стати корисним інструментом при формуванні думки про фінансовий стан підприємства. Цінність кожного взятого окремо коефіцієнта сумнівна, їх необхідно розглядати разом. Фахівець зобов'язаний завжди застосовувати кілька коефіцієнтів для виявлення причин і тенденцій. Коефіцієнти самі по собі не дають можливості зробити безпомилкові висновки. Дуже важливо, щоб фінансовий аналітик був компетентним і розумів принципи розрахунку цих показників. Крім, того до використання фінансових коефіцієнтів потрібно підходити з особливою обережністю, тому що вони не завжди об'єктивно відбивають реальну ситуацію у зв'язку з інфляцією й іншими особливостями перехідного періоду української економіки [3].

Методики фінансового аналізу орієнтовані як правило на проведення ретроспективного аналізу. В сучасній економічній науці поряд з традиційним підходом до оцінки ефективності використання фінансових ресурсів окремі вітчизняні аналітики пропонують приділяти належну увагу оцінці майбутньої платоспроможності клієнта, а саме можливості підприємства генерувати потоки грошових коштів [4].

Одним із способів такого аналізу є зіставлення загального доходу (виручки) від реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг мінус податки із розміром наявної у підприємства кредиторської заборгованості, що загалом дає можливість розрахувати величину грошових надходжень – так званих „живих грошей” – отриманих суб'єктом господарювання за період, що аналізується [6].

Стійкість підприємства підтверджує постійне перевищення грошових надходжень над видатками. Це дозволяє впевнитися чи достатньо коштів у підприємства для поточної діяльності, чи здатне підприємство сплатити свої борги, чи потребує воно зовнішнього фінансування.

Література.

1. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств: Навчальний посібник / Л.А. Лахтіонова.-К.: КНЕУ, 2005. – 365с.
2. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С. 132-141.
3. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015.- Вип.161. - С. 227-232.
4. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: Монографія / О.Г. Малій. - Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210с.
5. Оцінка, аналіз, планування фінансового становища підприємства: науково-методичне видання / [Чупіс А.В., Корецький М.Х., Кашенко О.Л. та ін.]; за ред. д.е.н., професора А.В. Чупіса. – Суми: Видавництво «Довкілля», 2001. – 404с.
6. Стецюк П.А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: Монографія / П.А. Стецюк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 370с.
7. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / Р.А. Слав'юк -Київ: "Центр навчальної літератури", 2004. – 460с.
8. Фінансовий аналіз. – Навч. Пос. / За заг. ред. Школьник І.О. [І.О. Школьник, І.М. Боярко, О.В. Дейнека та ін.] – К.: "Центр учбової літератури", 2016. – 368с.
9. Фінанси підприємств: підручник [7-ме вид.] / [А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, А.Д. Буряк та ін.]; під ред. А.М. Поддєрьогіна. – К.: КНЕУ, 2008. – 552с.



АНАЛІЗ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

**Бобро І.І., Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Луценко О.А.

Демографічна ситуація - це прояв особливостей відтворення населення по основних його процесах в конкретних умовах місця і часу. У сучасній Україні демографічна ситуація відрізняється великою гостротою і напруженістю. Вона визначається структурою населення і характером його руху, видами, типами і режимом відтворення, рівнем народжуваності і смертності, кількістю шлюбів та розлучень. У основі всіх цих процесів лежить соціально-економічне положення країни

Демографічна криза, яку переживає Україна останніми десятиріччями, вважається однією з основних реальних і потенційних загроз національній безпеці країни у соціальній та гуманітарній сферах. Втрати людського капіталу через високу смертність істотно впливають на економічний, військовий та інтелектуальний потенціал держави. Передчасна смертність призводить до скорочення тривалості життя та загрожує прогресивному суспільному розвитку і процесу відтворення населення [1].

Сучасна демографічна ситуація характеризується збереженням тенденції скорочення чисельності населення України, його економічно активної частини і питомої ваги зайнятості населення. Згідно даних Державного комітету статистики, в Україні проживало на кінець 1990р. – 54,94 млн чол.; а згідно з останнім переписом населення, який проводився в 2001р.- 48,4 млн чол [2]. В табл.1 наведено динаміку рухів населення України.

Таблиця 1

Динаміка природного і механічного рухів населення

Показники\Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Постійне населення	45,7	45,6	45,5	45,4	45,2	42,8	42,6
Природний рух:							
к-т народжуваності‰	10,8	11,0	11,4	11,1	10,8	10,7	10,3
к-т смертності‰	15,2	14,5	14,5	14,6	14,7	14,9	14,7
природний приріст(скорочення)	-4,4	-3,5	-3,1	-3,5	-3,9	-4,2	-4,4
к-т життєвості, %	71,3	75,6	78,5	76,0	73,6	69,2	68,0
Механічний рух:							
к-т прибуття‰	6,5	6,3	6,4	6,2	12,0	12,4	6,0
к-т вибуття‰	6,5	6,3	6,4	6,2	11,5	12,1	5,8
Міграційний приріст (скорочення)	-	-	-	-	0,5	0,3	0,2

*Складено і розраховано автором за даними [2]

Дані табл.1 свідчать про природне і механічне скорочення чисельності населення протягом останніх п'ятнадцяти років. Як і в глобальному масштабі, в Україні відбувається урбанізація - зростання частки міських жителів. Найбільш швидко зростає чисельність населення великих міст – Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Одеса – за рахунок прибуття населення з невеликих міст і сіл в пошуках роботи.

Серед регіональних проблем необхідно відзначити особливо низьку народжуваність в Чернігівській, Черкаській, Полтавській, Сумській, Вінницькій областях України, а також деформовану у бік збільшення частки населення старшого віку і абсолютне переважання в цій структурі жінок. Щодо стосовно питомої ваги чоловічого і жіночого населення то їх питома вага залишається у постійних пропорціях і знаходиться на рівні 46 і 53% відповідно. Цей дисбаланс у співвідношенні статей негативно впливає на демографічно-репродуктивні процеси в суспільстві. Крім того, за даними статистики охорони здоров'я більше 20% молодих жінок за станом здоров'я не можуть народжувати дітей [3].

Низька народжуваність та пов'язане з нею незабезпечення самовідтворення населення стали феноменом і основним викликом для багатьох європейських країн. У цьому плані Україна

не є винятком. Проте в Україні це поєднується з різким погіршенням здоров'я населення, у т.ч. репродуктивного віку, високим рівнем смертності. Специфіка співвідношення між динамікою народжуваності й смертності населення України зумовлює особливості перебігу процесу старіння населення, який за останні десять років характеризується тенденцією до зростання частки осіб у віці, старшому 65 років, (2002р. – 14,4%, 2016р. – 17,3%). Для України характерні також суттєві відмінності щодо рівня старіння населення залежно від типу поселення. Значно вищим рівнем постаріння вирізняється сільське населення, віковий склад якого «знесилений» масовою міграцією молоді та осіб середнього працездатного віку у міста. Тож найстарішим демографічним контингентом в Україні наразі є сільські жінки [4].

Слід зауважити, що демографічні процеси не можуть залишатися поза увагою держави, оскільки вони торкаються найважливіших сфер життя людей і розвитку суспільства. З метою дії на процеси відтворення населення і на позитивні процеси в цьому напрямі держава проводить демографічну політику, яка є частиною соціально-економічної політики. У разі потреби зростання чисельності населення, як це має місце в Україні, держава впливає на процеси відтворення населення через стимулювання певної демографічної поведінки людей, що пов'язано з плануванням сім'ї, часом появи першої дитини, вибором бажаного числа дітей, інтервалом їх народження [5].

Демографічна політика України в сучасних умовах повинна бути направлена не тільки на стимулювання народжуваності, але і на зміцнення сім'ї, підвищення матеріального добробуту людей, зниження захворюваності і смертності. Проте заходи, щодо управління процесами відтворення населення, не дають швидких результатів.

Демографічна поведінка людей вельми консервативна і змінити її досить важко. Як правило, результати демографічної політики виявляються через багато років і навіть десятиліття. Тому стимулювання тих або інших процесів відтворення повинне відповідати довгостроковим інтересам розвитку економіки.

Демографічна ситуація потребує постійного контролю з боку держави. За даними Інституту демографії і соціальних досліджень НАН України зменшення українського населення в результаті смертності продовжується катастрофічними темпами. За зауваженням міністерства соціальної політики України, катастрофічне зменшення чисельності населення України є однією із головних загроз для країни, яка посилюється ще і політичними конфліктами, які розколюють Україну. Питання поліпшення умов для покращення демографічної ситуації в країні – одне із основних завдань державної влади.

Література.

1. Шевчук П.Є. Сучасні зрушення у регіональній диференціації смертності та тривалості життя в Україні / П. Є. Шевчук // Демографія та соціальна економіка. – К. : НАН України, Ін-т демогр. та соц.дослідж. ім. М. В. Птухи НАН України, 2007. – № 2. – 24–37 с.
2. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Пирожков С. І. Демографічний фактор у глобальній стратегії розвитку України / С. І. Пирожков // Демографія та соціальна політика. – 2004. - 820 с.
4. Терещ В. М. Депопуляція та старіння населення у соціально-економічному контексті / В. М. Терещ // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2. – 143 с.
5. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети : [монографія] / [Варналій З. С., Воротін В. Є., Куйбіда В. С. та ін.] ; за ред. З. С. Варналія. – К. : НІСД, 2007. – 89 с.



СУТНІСТЬ ТА РОЗВИТОК (ДЕРЖАВНОГО) ФІНАНСОВОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ

Боримська Д.Д., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Крутько М.А.

Економічна ситуація в нашій країні вимагає створення таких умов контрольного процесу, коли зловживання з державними ресурсами, а саме нецільове та неефективне витрачання коштів та шахрайство з державною власністю, стали б неможливими.

Одним із різновидів державного фінансового контролю є фінансовий аудит. Він полягає у аналізі та перевірці відповідним законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна у відповідності до встановлених норм.

Предметом такого аудиту є гроші і вартісні характеристики діяльності [1].

У встановленні порушень між фактичними даними та законодавчими нормами і полягає сутність фінансового аудиту. Він допомагає з'ясувати:

- платоспроможність підприємства;
- забезпеченість власними обіговими коштами;
- збереження коштів та причини змін їх розміру протягом періоду, що аналізується;
- виконання плану прибутку і прибутковість фінансово-господарської діяльності підприємства;
- стан запасів товарно-матеріальних цінностей та джерел їх формування;
- розміщення власних, позичкових, залучених та спеціальних джерел коштів в видах активів;
- забезпечення кредитного рейтингу та ефективність використання кредитних коштів;
- розрахункові відносини з дебіторами та кредиторами;
- обіг обігових коштів;
- створення та використання різних фондів;
- збереження власних обігових коштів.

Основні його цілі:

- визначення наявного фінансового стану;
- визначення зміни цього стану в структурно-часовому аспекті;
- визначення факторів, що викликали ці зміни;
- прогноз основних тенденцій в фінансовому стані [4].

За законом України «Про аудиторську діяльність» аудитом є «перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів» [2].

Проведення щорічного аудиту є обов'язковим для суб'єктів господарювання, в діяльності яких зацікавлене широке коло осіб, зокрема:

- для підтвердження достовірності та повноти річної фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності публічних акціонерних товариств, підприємств-емітентів облігацій, професійних учасників ринку цінних паперів, фінансових установ та інших суб'єктів господарювання, звітність яких відповідно до законодавства України підлягає офіційному оприлюдненню, за винятком установ і організацій, що повністю утримуються за рахунок державного бюджету;
- для перевірки фінансового стану засновників банків, підприємств з іноземними інвестиціями, публічних акціонерних товариств (крім фізичних осіб), страхових і холдингових компаній, інститутів спільного інвестування, довірчих товариств та інших фінансових посередників;

- для емітентів цінних паперів, які здійснюють публічне розміщення, та похідних (деривативів), а також при отриманні ліцензії на здійснення професійної діяльності на ринку цінних паперів;

- в інших випадках, передбачених законодавством.

Відмінністю та особливістю державного фінансового аудиту є те, що під час його виконання органи державної влади базуються на тому, що перевіряється не процес прийняття рішень, а хід реалізації цих рішень. Метою перевірки є не визначення переваг, а саме оцінка ефективної та ефектної роботи органів виконавчої влади з їх реалізації.

Серед основних методів фінансового аудиту можна виділити:

- аналіз коефіцієнтів. Він складається з порівняння величин, розрахованих відносних показників з середньогалузевими, стандартними, нормативними величинами. Перевагою цього методу є те, що коефіцієнти зменшують вплив інфляції на звітний матеріал. Вони мають індивідуальне значення і можуть розглядатися як орієнтовні індикатори проблемних показників.

- вертикальний аналіз. Він полягає у співставленні та визначенні загальної частки окремих статей фінансових звітів;

- горизонтальний аналіз. Його сутність виявляється більш в узагальненні, аналізі величин показників за декілька періодів. Визначення обсягу і напрямку змін, а також тенденцій зміни показників. При застосуванні горизонтального методу порівнюються як абсолютні, так і відносні показники.

Результати державного фінансового аудиту дозволяють керівництву підприємства проаналізувати власні помилки. Запровадження державного аудиту як найновішої самостійної форми державного фінансового контролю, безумовно, пов'язане з численними проблемами. До основних з них належать наступні [3]:

- через новизну державного аудиту не визначено головні принципи, процедури та відсутні обґрунтування методів здійснення даної форми фінансового контролю;

- не вирішене питання інформаційного та програмного забезпечення аудиторського процесу;

- не визначені функції аудиторів, їх права, етичні норми діяльності, обов'язки та відповідальність;

- чітко не визначені користувачі інформації, яка буде отримана у результаті державного аудиту;

- не встановлено форму вихідних документів, які мають складатися за результатами державного аудиту;

- не визначено місце державного аудиту у системі державного фінансового контролю;

- відсутність критеріїв та нерегульованість процедури вибору об'єктів аудиту;

- нерегульованість взаємовідносин між державними фінансовими органами з приводу призначення і проведення державного аудиту та використання його результатів.

Для покращення діяльності суб'єктів господарювання, розроблені такі основні напрями удосконалення існуючої системи [5]:

- удосконалення законодавчої бази у сфері державного фінансового аудиту;

- створення системи органів незалежного зовнішнього державного аудиту шляхом розвитку регіональних рахункових палат на основі наявної розгалуженої мережі контрольно-ревізійних органів;

- прийняття та коригування урядових рішень з питань організації урядового внутрішньосистемного державного аудиту;

- здійснення поступового переходу від ревізій фінансово-господарської діяльності до аудиту виконання основних показників бюджетних установ.

Отже, основною перешкодою на шляху до становлення та розвитку фінансового (державного) аудиту в Україні є те, що зараз країна знаходиться в процесі змін та реформ. Система забезпечення фінансового (державного) аудиту в значній мірі залежить від нормативно-правового супроводження такої діяльності. Вся суть і значення такого аудиту вміщує в собі по-перше антикорупційний підтекст, по-друге раціональне витрачання бюджетних коштів і по-третє ефективність здійснення витрат.

Література.

1. Крутько М.А. Сутність фінансового аудиту та його розвиток в Україні за умов інтеграції / М.А. Крутько // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – № 182. – 2017. – С. 132 – 139.
2. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22.04.1993 р. № 3125-ХІІ станом на 10.09.2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.
3. Данильчук Ю.М. Державний фінансовий аудит як пріоритетний напрям удосконалення вітчизняної системи фінансового контролю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_DN_2011/Economics/7_81624.doc.htm
4. Гевлич Л.Л. Використання аудиту як напрямку підвищення ефективності малого бізнесу / Л.Л. Гевлич, І.Г. Гевлич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jfub.donnu.edu.ua/article/download/2838/2877>.
5. Возницька В.Ю. Державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм як новітня форма державного фінансового контролю в Україні



ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

Боримська Д.Д., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Крутько М.А.

Складна суспільно-політична ситуація, спад національного виробництва, існуючий рівень соціальної напруженості не сприяють активізації господарської діяльності. За таких умов єдиним шляхом підтримання стану відтворення хоча б на простому рівні є побудова дієздатних механізмів фінансової діяльності суб'єктів економічних відносин.

На сьогоднішній день питання економічного змісту та ролі фінансового менеджменту в економіці країни залишаються відкрити, що і спонукає його вивчення та проведення даного дослідження [1].

В сучасних умовах докорінного реформування відносин власності, організаційно-господарських перетворень та змін у соціальній сфері нашого життя, які взаємодіють і впливають на результати діяльності підприємств, важливе значення має адаптація до зовнішнього середовища. Це стає можливим за умов прийняття та реалізації обґрунтованих управлінських рішень, що спрямовані на проведення стратегічних змін у виробничій, маркетинговій та фінансовій діяльності підприємства, підвищення її ефективності.

Управління як самостійна діяльність існувало протягом всієї історії суспільного виробництва та розвитку людства. Можна сказати, що управління існувало з того моменту, як у людей виникла потреба у спільній праці. Певна форма управлінської діяльності почала функціонувати, коли треба було збирати податки, створювати армію, годувати людей, які самі не виробляли продуктів харчування.

В тлумачному словнику Даля В. слово «управляти» означає керувати, спрямовувати діяльність будь-кого, будь-чого. А Великий тлумачний словник сучасної української мови пояснює «управляти» як спрямовувати діяльність, роботу кого-, чого-небудь; бути на чолі, керувати; спрямовувати хід процесу; впливати на розвиток, стан чого-небудь. Тому, управління – це процес впливу на будь-кого, будь-що.

Крім того, слово «управління» поєднують з діяльністю органів влади, керівних органів тощо.

Отже, управління можна трактувати як процес впливу і, водночас, як систему суб'єктів і об'єктів управління та управлінських дій.

Управління в економіці – це свідоме спрямування економічних і соціальних процесів для досягнення збалансованості, пропорційності й оптимальності. При цьому визначальними є наступні фактори:

- дія об'єктивних економічних законів;

- вплив державних, колективних та приватних інтересів, необхідність їх гармонізації;
- потреби суспільства [2].

Поняття фінансового менеджменту поєднує в собі дві категорії «фінанси» та «менеджмент» і безпосередньо стосується господарюючого суб'єкта. Поєднуючи ці поняття Кірейцев Г.Г. [3] визначає фінансовий менеджмент як процес управління формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів суб'єкта господарювання та оптимізації обороту його грошових коштів з метою найбільш повної реалізації цілей підприємства.

Гренінг Х. та Братановік С. вважають, що в умовах фінансової кризи потрібно здійснювати раціональне управління капіталом, яке дасть можливість використовувати нові інструменти управління, що враховують можливості використання інновацій [4,с.2].

Шевцова О.І. розглядає специфіку поняття фінансового менеджменту з двох позицій:

1. Як комплекс профілактичних заходів, спрямованих на недопущення фінансової кризи: системний аналіз сильних та слабких сторін підприємства, оцінка ймовірності банкрутства, управління ризиками (виявлення, оцінка та нейтралізація), упровадження системи запобіжних заходів тощо.

2. Як систему управління фінансами, спрямовану на виведення підприємства з кризи, зокрема, за допомогою санації чи реструктуризації суб'єкта господарювання [5].

Будь-яке підприємство можна визнавати як законодавчу організаційно-правову форму взаємодії основних виробничих факторів або відповідних потенціалів (капіталу, робочої сили, менеджменту), застосованих при виробництві продукції для її реалізації [6].

На думку одного з відомих у діловому світі експертів у галузі фінансового менеджменту Хелферта Е., будь-який бізнес можна дати як взаємопов'язану систему руху фінансових ресурсів, викликаних управлінськими рішеннями [7]. Такий системний підхід корисний, оскільки він відображає фінансову природу всієї діяльності бізнесу, а також подає її у фінансово-економічних термінах.

Поддерьогін А.М. розкриває фінансовий менеджмент як систему принципів, засобів та форм організації грошових відносин підприємства, що спрямована на управління його фінансово-господарською діяльністю, в яку входять:

- розроблення і реалізація фінансової політики підприємства;
- інформаційне забезпечення (складання і аналіз фінансової звітності підприємства);
- оцінка інвестиційних проєктів і формування «портфеля» інвестицій;
- поточне фінансове планування та контроль [8].

Отже, в результаті проведених досліджень можна сказати, що проведена ідентифікація фінансового менеджменту в умовах інтеграції як фінансово-економічну систему, яка залежить від якості управлінських рішень. Розкрито теоретико-методичні аспекти фінансового менеджменту в частині функціоналу для забезпечення максимально можливого рівня фінансової дієздатності підприємств, та досягнення соціального ефекту.

Література.

1. Крутько М.А. Фінансовий менеджмент підприємств в сучасних реаліях міжнародної інтеграції / М.А. Крутько // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – № 177. – 2016. – С. 186 – 191.
2. Становлення фінансового менеджменту як науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/22294/>
3. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент: підручник. – Житомир: ЖІТІ, 2001. – 440 с.
4. Greuning V.H., Bratanovic S.B. Analyzing Banking Risk. Third Ed. The World Bank, 2009.P.2.
5. Шевцова О.Й. Основи антикризового фінансового управління підприємством / О.Й. Шевцова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1773>.
6. Верланов Ю.Ю. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Ю.Ю. Верланов. – Миколаїв: Видавництво МДУ ім. Петра Могили, 2006. – 344 с.
7. Хелферт Э. Теория финансового анализа / Э. Хелферт. – М. : 1996. –322с.
8. Поддерьогін А. М., Невмержицький Я. І. Фінансовий менеджмент – К.: КНЕУ, 2005. – 535 с.

МЕТОД УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

*Буженко Д. І., Стрелка Ю.Ю., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – д.е.н., професор Маренич Т. Г.

В умовах ринкової економіки кожне підприємство є юридично і економічно самостійним. Ефективність діяльності суб'єктів господарювання залежить в тому числі і від рівня інформаційного забезпечення структурних підрозділів. Інформація, яка необхідна для оперативного управління підприємством, міститься в системі управлінського обліку. Як свідчить практика, у багатьох підприємствах не приділяють належної уваги організації управлінського обліку. Проте управлінський облік є складовою облікової системи кожного суб'єкта господарювання. Його значення стрімко зростає, оскільки підвищується відповідальність менеджерів за прийняття обґрунтованих поточних та стратегічних управлінських рішень.

Аналіз наукових публікацій з даної проблематики свідчить, що існує ряд питань з теорії управлінського обліку, які не знаходять однозначного вирішення. До сих пір дискусійним, наряду з сутністю самого поняття «управлінський облік», залишається визначення методу управлінського обліку.

Як правило, вітчизняні та зарубіжні вчені, під методом управлінського обліку розуміють сукупність різноманітних прийомів і способів, за допомогою яких відображають об'єкти управлінського обліку в інформаційній системі підприємства [1, с. 17; 2, с.29].

Як стверджує Лишилєнко О.В., метод управлінського обліку складається з таких елементів:

- елементи методу фінансового обліку (документація та інвентаризація, оцінювання і калькуляція, рахунки і подвійний запис, баланс і звітність);
- нормування;
- планування;
- контроль;
- аналіз [3, с.10].

Елементи методу фінансового (тобто бухгалтерського) обліку загальноприйняті і коментарів не потребують. Решта елементів являються специфічними для управлінського обліку. Однак на відміну від фінансового обліку, де порядок названих методів визначено законодавством, в системі управлінського обліку вони стають багатоваріантними і виступають важливим інструментом управління.

На думку Партин Г. О. та Загороднього А. Г. складові методу управлінського обліку слід згрупувати за трьома напрямками:

- загальнометодичні прийоми дослідження об'єкта (спостереження, порівняння, аналіз, синтез);
- загальнонаукові методичні прийоми бухгалтерського фінансового обліку;
- специфічні методичні прийоми управлінського обліку [1, с. 17].

До останніх вчені відносять способи групування і перегрупування витрат виробництва відповідно до поставленої мети дослідження, методи калькулювання, нормування і лімітування витрат, контрольні рахунки, методи розподілу непрямих витрат, методи дослідження поведінки витрат, методи збирання і систематизації інформації для прийняття управлінських рішень у процесі прогнозування, планування, аналізу і контролю витрат, доходів та фінансових результатів підприємства [1, с. 17-18]. Тобто, Партин Г.О. та Загородній А.Г. дуже деталізують методичні прийоми управлінського обліку.

До специфічних способів управлінського обліку інші вчені відносять планування, нормування, бюджетування, аналіз відхилень, систему контрольних рахунків та деякі інші [4, с. 14].

Карпова Т.П. стверджує, що метод управлінського обліку складається з наступних елементів: документація, інвентаризація і оцінка, групування та узагальнення, контрольні

рахунки, планування, нормування і лімітування, аналіз, контроль [5, с. 47]. В представлений перелік входять не всі елементи методу фінансового обліку.

Планування - це процес прийняття рішень, в рамках якого аналізується інформація про минулу фінансову і виробничу діяльність суб'єкта господарювання, оцінюються потенційні ресурси і розробляються цілі підприємства на перспективу, а також пріоритетність вирішення завдань для їх досягнення.

Нормування - процес науковообґрунтованого розрахунку оптимальних норм і нормативів, який спрямований на забезпечення ефективного використання всіх видів ресурсів.

Бюджетування - процес розробки і складання бюджетів згідно з цілями господарської та фінансової діяльності підприємства.

Аналіз відхилень фактичних розмірів витрат і одержаних фінансових результатів від запланованих показників відбувається на основі виявлення причин, які викликали ці відхилення.

Контрольні рахунки - підсумкові рахунки, які виступають зв'язуючою ланкою між фінансовим і управлінським обліком. Записи на цих рахунках проводяться за підсумковими сумами господарських операцій, що систематизовані за відповідною ознакою у накопичувальній відомості.

З представлених даних можна зробити висновок про те, що крім методів бухгалтерського обліку, управлінський облік використовує сукупність методів статистики, економічного аналізу, а також економіко-математичні методи. Можливості застосування статистичних методів з метою прогнозування успішно використовуються у господарській практиці вітчизняних підприємств.

З розвитком інформаційних технологій все більше затребуваними стають різноманітні інтелектуальні системи, які дозволяють, наприклад, аналізувати результати фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінювати його фінансовий стан, здійснювати експертизу інвестиційних проектів, управляти бізнес-процесами (закупівлі, реалізації та ін.), моделювати їх [2, с. 31]. Таким чином, удосконалення інформаційних технологій буде сприяти розширенню здійснення управлінського обліку.

Отже, представлені дані свідчать про суттєвий інтерес вчених до проблем управлінського обліку. До сих пір дискусійним являється сутність методу управлінського обліку, що потребує подальшого дослідження.

Всі елементи методу управлінського обліку діють не ізольовано, а в системі організації внутрішніх господарських зв'язків, яка спрямована на вирішення цілей управління. Інтегруючись в єдину систему, всі згадані елементи забезпечують управлінському обліку можливість ефективно вирішувати завдання поточного і стратегічного характеру.

Література.

1. Партин Г.О. Управлінський облік: [навч. посіб.] / Г.О.Партин, А.Г. Загородній.-К.: Знання, 2007.-303 с.
2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учёт: [Учеб.] / М.А. Вахрушина.- М.: Омега- Л, 2004.- 576с.
3. Лишпенко О.В. Бухгалтерський управлінський облік : [навч. посіб.] / О.В. Лишпенко.- К.: Видавництво «Центр навчальної літератури», 2004.-254 с.
4. Адамов Н.А. Основы управленческого учёта/ Под общ. ред. Н.А. Адамова/ Н.А. Адамов, Т.М. Рогуленко, Г.А. Амучиева.- СПб.: Питер, 2005.- 112с.
5. Карпова Т.П. Основы управленческого учета: [Учеб. пособ.]/Т.П. Карпова.- М.: ИНФРА-М, 1997.-392с.



CONFLICTS AT THE SYSTEM OF HR

Hryhorenko A.S., Vylusk A.O., Isaenko J.O., Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Scientific supervisor – Gridin O.V., senior lecturer

The conflict is a collision of opposite directed actions of workers, caused by a discrepancy of interests, values and standards of behavior.

The conflict situation is different positions of the parties on a certain occasion, aspiration to the opposite purposes, use of various means of their achievement, a discrepancy of interests, motives and etc.

The object of the conflict is that which each of the parties claims to cause their disagreement, the subject of their dispute, for example, the right to dispose of property, the right to distribute the created gross domestic product, the right to choose a privatization option, etc.

The subjects of the conflict are individuals, groups, organizations.

The subjects of the labor conflict are employees of enterprises of all forms of ownership, trade unions and owners (employers) of organizations and enterprises.

There are the following main types of conflict:

Internal conflict. This type of conflict can be manifested in various forms.

- one of the most common forms - the role conflict when contradictory requirements for an occasion of what has to be result of his work are imposed to one person;

- it may also arise as a result of disagreement between the production tasks and the personal needs of employees. This type of conflict often occurs if not balanced responsibilities, rights and powers of the employee when assigned to him duties for which he does not have the appropriate rights and powers;

- arises also at an overload and underloading at work.

The majority of these conflicts it is connected with the low level of satisfaction from work, diffidence or the organizations which part is the worker.

Interpersonal conflict. This type of conflict is most widespread. In organization, it is expressed in different ways:

- as a struggle of managers for limited resources, capital or labor, for the use of certain equipment, for the approval of certain ideas. Each manager believes that since resources are limited, he must convince the senior management to allocate these resources to him, and not to someone else;

- it also manifests itself as a clash of personalities.

The conflict between the personality and a group.

Production groups establish certain types of behavior. Everyone has to observe them to be recognized as group and, thereby, to satisfy the social requirements. However, if expectations of group contradicts expectations of the personality, there can be a conflict.

Between the personality and group there can be a conflict:

- if the person takes the position different from a group position.

- at implementation of official obligations of the head. The head can be forced to apply disciplinary actions which are perhaps not popular among subordinates. Then the group can strike counter blow - to change the attitude towards the head and, for example, to reduce labor productivity.

Intergroup conflict.

Any organization consists of formal and informal groups between which there can be conflicts. Most often the conflict arises because of disagreements for or the interests of functional structural groups. The conflict situation can arise also during fight between structural divisions for material, financial or a labor power.

The labor conflict is the disagreements which have arisen between the parties of the social and labor relations on:

- establishment new or changes of the existing social and economic working conditions and production life;
- conclusion or changes of the collective agreement, agreement;

- failure to follow the collective agreement, agreement or their separate provisions;
- non-compliance with labor legislation.

The conflicts can take place both in opened, and in the latent form.

The open labor conflicts are most often developed on a business basis and are characterized by accurately expressed collision of the parties - curses.

At the latent conflict there are no obviously expressed aggressive actions between the parties.

Objective reasons can be conventionally grouped into several groups:

Limited resources to distribute.

Interdependence of tasks.

Divergence in goals.

Difference in values, manners of behavior.

Unsatisfactory communication.

Sharp change of events.

The conflicts in collective can play, both negative and positive functions.

Main functions of the conflicts:

1) positive: a tension discharge between conflicting parties; obtaining new information on the opponent; unity of staff of the organization for counteraction to external enemies; stimulation to changes and development; removal of a syndrome of humility at subordinates;

2) negative: big emotional and material inputs on participation in the conflict; dismissal of employees, decrease in discipline, deterioration socially – psychological climate in collective; the relation to won groups as to enemies; excessive interest in process of conflict interaction which harms work; after completion of the conflict – reduction of extent of cooperation between a part of employees; heavy restoration of business relations.

The conflict can be resolved as a result of three types of actions: unilateral when each participant acts at own risk; mutually agreed which consequence the compromise is; integrated.

The conflict can be solved as a result of three types of actions:

– destructive;

– conformal, connected with unilateral or reciprocal concessions;

– constructive which provides joint search of a solution to the conflict with benefit for both parties.

Management of the conflicts is a purposeful impact on elimination (minimization) of the reasons of emergence of the conflict, or correction of behavior of participants.

Conflict Management Methods.

– internal methods, method of influence on an individual;

– structural methods – methods on elimination of the organizational conflicts;

– interpersonal methods or styles of behavior in the conflict;

– negotiations;

– return aggressive actions.

For management of the conflict it is possible to use two strategy: prevention and the decision, and the strategy of the decision depending on a situation is implemented by two ways - the coercion and belief supported with stimulants.

The strategy of prevention of the conflict – set of measures of organizational and explanatory character, namely: improvement of working conditions, more equitable distribution of resources, remunerations, change of structure of the organization, control system of her, ensuring implementation of regulations, office etiquette.

The strategy of resolution of conflict – is directed to forcing or convincing conflicting parties to stop hostile actions and to start negotiations, to find an optimal solution which would exclude defeat of any party and would define the direction of effective activity.

Literature.

1 Грідін О.В. HR-менеджмент в сучасних організаціях: особливості та перспективи впровадження / О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2017. – Вип. 185. – С. 160-172.

2. Грідін О.В. Сучасні аспекти управління адаптацією працівників / О.В. Грідін //

Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи: VII Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, 7-8 квітня 2016 р.: тези доповіді. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – 330 с. – С. 107-109.

3. Конфлікти в системі управління персоналом. Суть, причини та типи конфліктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studopedia.org/10-145478.html>

4. Крушельницька О.В. Управління персоналом: [Навчальний посібник] / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – [Видання друге, перероблене й доповнене]. – К.: «Кондор». — 2005. – 308 с.

5. Михайлова Л.І. Управління персоналом: [Навчальний посібник] / Л.І. Михайлова. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 248 с.

6. Сочинська-Сибірцева І.М. Роль креативних методів в системі управління конфліктними ситуаціями / І.М. Сочинська-Сибірцева // Наукові праці КНТУ Економічні науки. – 2009. – Вип. 15. – С. 62-67.



TECHNICAL SUPPORT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Vylusk A.O., Hryhorenko A.S., Isaenko J.O., Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Scientific supervisor – Gridin O.V., senior lecturer

In order to solve problems of technical support of foreign economic activity, it is necessary to adhere to the following principles:

- All monetary instruments of foreign exchange and currency transactions should be converted into a single currency. As a rule, such a currency is the national currency of the state in whose territory the entity carries out its activities.
- Along with the use of a single currency, it is necessary to simultaneously take into account foreign currency and currency transactions in the real currency of the countries concerned in order to obtain reliable information about the state of payments and settlements. It allows to maintain control actions and to make management decisions on unclaimed debts.
- Accounting should be a mean of monitoring compliance with the law and the expediency of foreign exchange operations, the availability of currency values, their safety and the correct use.
- Foreign-economic activity requires the execution of special documents related to export-import operations, investments, customs control, income and expense analysis, accounting for settlements with partners, distribution of profits between participants, etc.

Primary documents of FEA accounting

The primary documents for accounting foreign trade activities are documents containing information on the various aspects of the activities and legal relationships of subjects of entrepreneurial activity in the field of foreign trade.

Depending on the appointment of documents and the participation of controlling bodies in their turnover, documents used in foreign economic activity should be divided into two large groups:

- commercial documents;
- special documents.

A group of commercial documents include:

- settlement documents – documents on the basis of which they carry out settlement operations for delivered goods;
- transport documents – documents that are the basis for the registration of contractual relations that arise in the process of transportation of goods, and determine the conditions and procedures for the delivery of goods to the consignee;

- commodity documents – documents containing the quantitative and qualitative characteristics of the goods being supplied and accompany the goods along the whole route of their transportation;

- insurance documents – documents certifying insurance of goods and determine the amount of insurance indemnity and insurance premium.

The group of special documents includes:

- customs documents – documents that are issued when import, export and transit of goods across the state border;

- documents on compliance with special requirements - documents certifying the conformity of the goods transported with the special requirements of international treaties, legislative instructions, the conditions of a foreign economic agreement or declared authorized to carry out control over the characteristics of the bodies.

- permit documents – documents serving as permission and passing through the customs border of certain goods.

Settlement documents

Pro forma (pro forma invoice, preliminary invoice) is a document sent by the seller to the buyer to confirm the terms of the order received from the buyer for the purchase of goods.

The pro forma account contains a detailed description of the goods offered by the seller, the prices and a detailed list of costs accompanying the delivery, as well as the terms of delivery.

Pro forma account fulfills the function of the offer and in fact does not perform the function of the settlement document, because it does not contain the requirement to pay the amount specified therein.

Commercial account (commercial invoice) – a payment document containing the seller's demand to the buyer to pay the amount indicated in it for the delivered goods.

The commercial account is usually made by an exporter in the form accepted in the country of the exporter, but its content must conform to the requirements of the laws of the importing country.

The contents of the commercial account must fully comply with the terms of the foreign economic agreement.

A kind of commercial account is **an invoice (final invoice)** issued by the seller to the buyer after the goods are shipped.

A freight bill is a document that contains the carrier's request for payment of the cost of transport services.

The freight bill specifies the freight rates and transportation costs, as well as the payment terms. In some cases, the role of the freight bill carries out a notice of the arrival of the goods.

Credit note – a settlement document that contains a message that is sent by one of the parties in settlement relationship to the other, on the record of the account of the last specified amount due to the occurrence of any circumstances giving the party to the address which is issued a credit note, the right to claim this amount.

A credit note is sent by the seller to the buyer, if the seller acknowledges the buyer's claims about the quality of the goods received by him or has found excess of the value of the goods shipped in previously submitted commercial accounts.

Debit note – a settlement document containing an email sent by one of the parties in settlement relationship to another on the record of the debit of the account of the last of a certain amount due to the occurrence of any circumstances that gives to the sending party debit note, claim right of this amount.

A debit note is used by the seller to inform the buyer that he has not fully settled with the seller for the delivered goods due to under-payment of his own fault or due to incorrect indication by the seller of the value of the goods in commercial accounts or for some other reason.

The debit note is used by the buyer to inform the seller that the products of poor quality received by him are damaged or not in accordance with the terms of the contract.

Literature.

1. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: [Навчальний посібник] / А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіша, 2004 – 140 с.
2. Кадурина Л.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: [Навчальний посібник] / Л.О. Кадурина. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2005. – 272 с.
3. Лисенков Ю.М. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: [Навчальний посібник] / Ю.М. Лисенков, І.В. Педь. – К. : Зовнішня торгівля, 2004. – 200 с.
4. Маслак О.О. Облік, аналіз та аудит зовнішньоекономічної діяльності: [Навчальний посібник] / О.О. Маслак, В.Й. Жежуха. – К. : Каравела, 2011. – 280 с.



EFFICIENCY OF THE USE OF LABOR RESOURCES

Isaenko J.O., Hryhorenko A.S., Vylusk A.O., Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Scientific supervisor – Gridin O.V., senior lecturer

Economic analysis is important in solving the problems of labor resources at the present stage of economic development. These problems primarily include: hidden unemployment, ineffective use of working time; a decline in labor productivity, a low level of employment in production, turnover of personnel at an enterprise, etc.

The main object of analysis is labor resources. Using the existing theoretical approaches and taking as their own research, you can define the concept of labor resources:

Labor resources are the industrial and production personnel of a business entity that has a certain education and qualification and a significant component of which is the workers;

At the micro level, the labor resources are the staff of the enterprise. From the availability of staff for economic entities and its rational use depends the volume of production, the efficiency of the use of fixed assets, cost, profit.

The purpose of the efficiency of the use of labor resources - the definition of reserves, their more efficient use, as well as the calculation of reserves of increase in output due to the increase in labor productivity in the enterprise.

The analysis of labor resources is carried out on the basis of the following sources of information: Labor Report (Form No. 2-PV), Enterprise Product Report (Form No. 1-P), Report, «The Number of Individual Enterprise Personnel Categories and Staff Training» (form № 6-PV), data of the account warehouse, other operational data, primary documents: orders and instructions on acceptance, transfer, dismissal, granting of holidays, as well as other planning-normative, accounting and operational information).

The efficiency of economic activity is achieved by combining means of production with labor in strictly defined quantitative and qualitative proportions. Incomplete use of one or another type of resource reduces the total amount of produced products.

Inefficient use of labor force significantly reduces the level of skills and work ability of workers, productivity, increases the material and moral aging of fixed assets, increases material consumption of products, leads to a significant increase in the cost of production and lower production efficiency.

A great importance has the analysis of dynamics of personnel for 2-3 years. It makes it possible to assess how an enterprise fits into market conditions and how successfully it can withstand a competitive struggle in the market of products and labor resources.

Comparison of the number with the past periods should be made in conjunction with the dynamics of the production capacity of the enterprise and its use, the dynamics of labor productivity.

If the stagnation of production capacity at the enterprise reduces the number of staff and this reduction is not accompanied by an increase in productivity, then we can talk about the shortcomings in the organization of production, as well as the failure of owners and managers to maintain their labor collective.

Particular attention is paid to the study of the change in the proportion of workers in the number of staff, as it depends on the productivity of one worker.

The movement of labor is characterized by the coefficients of the frequency of recruitment, dismissal, turnover of personnel.

In the process of analysis it is important to analyze the deviation of the actual fund of working time from the planned. If the actual time fund is smaller than planned, this indicates the existence of a loss of working time. Loss of working time is divided into 24 hours and internal.

The most important indicator of workforce is productivity. Productivity measured in output per unit of time and time expenditures costs per unit of output. From here we have two indicators:

- average production
- complexity.

In economic calculations, the following output indicators are used:

- average annual output of one employee;
- average annual output of one worker;
- average daily output of one worker;
- average hourly output of one worker.

The complexity is determined by the unit of product in kind in the whole range of products.

Literature.

1. Болюх М.А. Економічний аналіз: [Навчальний посібник] / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатюк; за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – К. : КНЕУ, 2001. – 540 с.

2. Грідін О.В. HR-менеджмент в сучасних організаціях: особливості та перспективи впровадження / О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2017. – Вип. 185. – С. 160-172.

3. Грідін О.В. Сучасні аспекти управління адаптацією працівників / О.В. Грідін // Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи: VII Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, 7-8 квітня 2016 р.: тези доповіді. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – 330 с. – С. 107-109.

4. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: [Навчальний посібник] / В.М. Івахненко. – [3-тє вид., перероб. і доп.]. – К. : «Знання-Прес», 2002. – 190 с.

5. Коробов М.Я. Фінансовоекономічний аналіз діяльності підприємств: [Навчальний посібник] / М.Я. Коробов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 378 с.

6. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства / В.О. Мец. – К.: КНЕУ, 1999. – 132 с.

7. Попович П.Я. Економічний аналіз та аудит на підприємстві / П.Я. Попович. – [Вид. 3-є, перероблене і доповнене]. – Тернопіль : Економічна думка, 2000. – 209 с.



ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

***Гнатченко К.О., Котуза С.О., Толмачов М.М., Харківський національний технічний
університет сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – старший викладач, Колтаченко Н.М.

Для української економіки галузь сільського господарства традиційно залишається однією з найперспективніших. На світовому аграрному та продовольчому ринках наша країна стає дедалі впливовішою державою, експортуючи зернову, олійну та молочну продукцію.

За площею сільськогосподарських земель Україна є лідером в Європі, адже вони займають близько 70 % всієї території держави і становлять 41,5 млн га, з яких 32,5 млн га

приходиться на вирощування сільськогосподарських культур. Окрім родючих ґрунтів та сприятливих агрокліматичних умов, український аграрний сектор має ще ряд переваг. До них слід віднести транспортну інфраструктуру; близькість до основних ринків збуту; підвищення попиту на продукцію сільського господарства для продовольчих цілей і виробництва альтернативних видів енергії, відносна доступність дешевих трудових ресурсів [2].

В структурі валової сільськогосподарської продукції станом на 2015 рік найбільшу питому вагу займає рослинництво – 70,3 %. З них 26,5 % припадає на зернові та зернобобові, 21,0 % - технічні, картопля, овочі та баштанні продовольчі культури – 18,1 %, плоди, ягоди та виноград – 3,4 %, кормові культури – 1,6 %.

Щодо продукції тваринництва, то частка у структурі сільськогосподарської продукції становить 29,7 %, з неї: сільськогосподарські тварини (вирощування) – 14,1 %, молоко-11,2 %, яйця – 3,3 %, інша продукція тваринництва – 1,1 % [7].

Ефективність виробництва сільськогосподарської продукції протягом останніх чотирьох років дещо коливається. В таблиці 1 наведені показники рентабельності основних видів продукції рослинництва та тваринництва.

Таблиця 1

Рівень рентабельності (збитковості) основних видів продукції рослинництва і тваринництва в сільськогосподарських підприємствах України в 2012 – 2015 роках, %

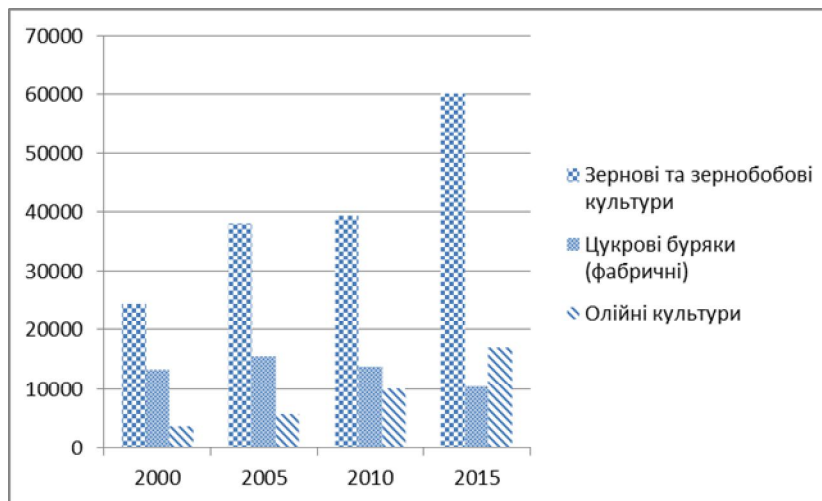
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення (+/-) 2015 р. до 2012 р.
Продукція рослинництва					
Зернові та зернобобові культури	15,8	2,4	25,7	42,6	26,8
Насіння соняшнику	44,9	28,2	36,7	78,8	33,9
Цукрові буряки (фабричні)	15,9	3,1	17,8	27,7	11,8
Овочі	-0,6	7,5	14,5	32,0	32,6
Картопля	-17,4	22,4	9,9	24,6	42,0
Плоди та ягоди	9,6	127,5	65,8	58,3	48,7
Виноград	71,5	99,0	57,5	92,9	21,4
Продукція тваринництва					
Молоко	1,8	13,1	11,1	12,7	10,9
ВРХ на м'ясо	-28,3	-41,3	-34,5	-16,9	11,4
Свині на м'ясо	1,8	0,2	5,6	12,6	10,8
Вівці та кози на м'ясо	-32,8	-36,2	-43,0	-26,6	6,2
Птиця на м'ясо	-2,4	-5,9	-12,6	-5,4	-3,0
Яйця курячі	52,6	47,6	58,8	60,9	8,3

* розраховано за даними державної служби статистики України [7]

Дана таблиця свідчить, що найбільш рентабельним у 2015 році було виробництво соняшнику, а також плодів та ягід. Серед продукції тваринництва рентабельним є виробництво курячих яєць та молока, а самим збитковим протягом всього періоду, що аналізується, є виробництво овець та кіз на м'ясо.

У 2016 році було зібрано 60,1 млн. тон зернових та зернобобових культур. Для порівняння у 2014 році даного урожаю було зібрано на 3,8 млн. т більше, та проти 2000 року цей показник збільшився майже втричі. Валовий збір цукрових буряків скоротився на 22 %, а от олійних культур у 2015 році виробили у 4,5 рази більше проти 2012 року, що продемонстровано на рисунку 1.

За попередніми даними державної служби статистики України, у 2016р. рівень рентабельності виробництва продукції сільського господарства у цілому склав 37,3% (у 2015р. – 45,6%), у тому числі виробництва продукції рослинництва – 44,3% (у 2015р. – 50,6%), продукції тваринництва – 7,7% (у 2015р. – 22,1%) [1].



* побудовано за даними державної служби статистики України [7]

Рис.1 Динаміка виробництва основних видів сільськогосподарських культур у 2000 – 2015 роках (тис. т)

Зважаючи на специфіку аграрного виробництва, прогнозувати результати майбутнього періоду дуже складно. Адже головним ресурсом в сільськогосподарському виробництві є земля, а її родючість залежить не лише від кількості внесених органічних та мінеральних добрив, засобів захисту рослин тощо, а й від кліматичних умов, що останніми роками змінюються, а також від техніки й технологій що використовуються аграріями.

Важливу роль в ефективності виробництва продукції сільського господарства відіграє матеріально-технічна база. За офіційними даними капітальні інвестиції в сільське господарство в 2016 році склали 50484 млн. грн, що склало 14,1 % до загального підсумку інвестицій, що у 2,5 рази більше даного показника у 2010 році. Надходження основних засобів в галузь сільського господарства останніми роками також мають позитивну тенденцію (40217 млн. грн в 2015 р. проти 25061 в 2013 р.).

Однак наявність сільськогосподарської техніки в аграрних підприємствах щороку зменшується. Якщо станом на 2000 рік на 10000 га ріллі приходилось 124 трактори, то в 2015 році їх стало 71, щодо зернозбиральних комбайнів, то їх відповідно залишилось 38 проти 59, картоплезбиральних комбайнів 553 проти 1558, бурякозбиральних комбайнів – 84 проти 165 за той самий період.

Інвестиції в аграрний сектор є важливим елементом його подальшого розвитку. Та недосконалість законодавчої бази, нестабільність валютного ринку, неготовність дотримання договірних зобов'язань, податковий тиск, недосконала судова система та інші фактори, що мають формувати інвестиційний клімат країни, утримують потенційних іноземних та вітчизняних інвесторів від капіталовкладень в аграрний сектор України [3].

Україна має всі передумови до подальшого розвитку аграрної сфери. Подальше нарощування обсягів сільськогосподарського виробництва та підвищення його ефективності, сприятиме не лише розвитку аграрного сектора економіки України, а й укріпленню держави на світовому ринку аграрної продукції в цілому.

Література.

1. Економічні результати сільськогосподарського виробництва у 2016 році (попередні дані) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
2. Єрмолаєв А. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування / А. Єрмолаєв, І.Клименко, В.Ємець, С.Таран // Київ. – 2015. – 28 с.
3. Кернасюк Ю. Де чекають українського аграрія / Ю. Кернасюк // Агробізнес. – 2015. – № 3 (298). – С. 10-14.
4. Красноручський О.О. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / О.О. Красноручський, Н.М. Колпаченко, О.В. Смігунова // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – 2016. – Вип. 172. – С. 54-62.

5. Малік М.Й. Інституалізація аграрного підприємства: трансформація та ефективність / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. - 2010. - № 7. - С. 132–139.
6. Сільське господарство у 2016 році збереже пріоритетність інвестицій [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://a7d.com.ua/novini/27274-slske-gospodarstvo-u-2016-roc-zberezhe-proritetnst-nvesticy.html>
7. Україна у цифрах у 2016 році: [статистичний щорічник] / За ред. І.Є. Вернера – Київ: 2017. – 240 с.



ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Горошко О.С., Новікова К.К., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – ст. викладач Власенко Т.В.*

В агропромисловому виробництві, як і у всіх інших секторах господарювання в епоху «інтелектуальної економіки», основою добробуту стають не природні ресурси, а наукові досягнення. Для інноваційного розвитку агропромислового виробництва важливе поєднання кількох факторів: наявність висококваліфікованого науково-технічного персоналу та наявність розвиненого конкурентоздатного ринку виробництва сільськогосподарської продукції [1, с. 159].

Інновації на сьогоднішній день представляють собою найважливіший аспект розвитку та конкурентоспроможності всіх суб'єктів господарювання. Вони є рушійною силою та справжнім локомотивом розвитку аграрного сектору в цілому.

Під впровадженням інновацій в аграрному виробництві необхідно в першу чергу розуміти застосування сучасних методів аграрного виробництва. До них належать: впровадження прогресивних методів кадрової політики, застосування високотехнологічного обладнання та сучасної техніки, провідні та високоефективні технології та методи виробництва продукції та інше [1, 2].

Також необхідно відмітити, що розвиток інновацій є неможливим без постійного розвитку освіти та науки. Саме завдяки науковим дослідженням з'являються нові сорти, а також нові засоби живлення та захисту рослин, які дозволяють збільшувати врожайність та зменшувати витрати на вирощування, а значить зміцнювати свої конкурентні позиції на ринку [3, с.27-28].

Нажаль дослідження сучасних умов господарювання на території України доводять, що на сьогоднішній день сучасні впровадження вітчизняних аграрних підприємств є дуже далекими від інноваційної діяльності у агророзвинених європейських країнах та у високотехнологічних господарствах Сполучених Штатів Америки. До основних перешкод щодо інноваційного розвитку українського аграрного сектору можна віднести обмеженість фінансових ресурсів, низький рівень освіти та інформованості, недосконалість законодавства та протекціоністських державних програм, щодо підтримки агровиробників, а також багато інших [1, с. 162].

На сьогоднішній день на рівні підприємства питання формування виробничих витрат є головним. Це стосується будь-яких підприємств, незалежно від того, працюють вони в умовах, наближених до моделей ринку чистої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії чи чистої монополії. Саме рівень виробничих витрат, а також ціна визначають оптимальні обсяги виробництва продукції й послуг, доцільність застосування певних технологій виробництва і, зрештою, основну мету діяльності підприємства - отримання прибутку. Класифікація прибутку на економічний, розрахунковий або бухгалтерський та нормальний безпосередньо пов'язана з формуванням витрат підприємства.

Вагомою складовою підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в нашій країні є підвищення якості. Система управління якістю відповідає за план діяльності підприємства, який спрямований на розробку і впровадження комплексного підходу щодо забезпечення та підвищення якості продукції при виконанні основних процесів.

До найперспективніших напрямів зниження собівартості рослинницької продукції є підвищення урожайності сільськогосподарських культур, що ґрунтується на системі заходів по підвищенню родючості землі і всебічній інтенсифікації виробництва (освоєння сівозмін, використання інтенсивних технологій, раціональне використання мінеральних і органічних добрив, боротьба з вітровою і водною ерозією ґрунтів).

Також слід звернути увагу на те, що при впровадженні та дотриманні інноваційних підходів для збільшення випуску виробництва сільськогосподарської продукції, а також покращення її якості зовсім не потрібно будувати додаткових підприємств, а в першу чергу, необхідно приділити увагу реконструкції, модернізації, переоснащенню вже наявних на підприємстві споруд. Все це дає змогу використовувати на повну потужність наявний потенціал та максимально підвищити його ефективність за рахунок використання інноваційних методів ведення господарства.

Суспільство також є стимулятором сучасних технологій і розробок, його потреби постійно змінюються, а значить все це потребує і системного оновлення продуктів споживання. Виробництво сільськогосподарської продукції повинно ґрунтуватися на застосуванні провідного обладнання, техніки, сировини, матеріалів та технологій. Все це стає можливим за умов провідних досягнень у науці.

Виникає необхідність у розробці стратегії, яка буде адаптивною та гнучкою по відношенню до наявних можливостей та подальшого розвитку науки, техніки та технології. Це є непростим завданням, яке може бути виконано в першу чергу за умови підтримки держави та за умов розробки ефективної інноваційної політики.

Відомий економіст, П. Самуельсон, відзначав, що першочерговим завданням держави є забезпечення необхідних умов для задоволення потреб людини, якщо вона цього самостійно зробити не в змозі [4, с. 46-47]. Таким чином, саме держава здатна впливати на інноваційний розвиток суспільства в цілому та на розвиток суб'єктів господарювання зокрема.

Держава може сприяти інноваційному розвитку державного та приватного сектора за допомогою набору інструментів та методів, які будуть активізувати інноваційну діяльність аграрного сектору [5, с. 9]. Оптимальні умови ведення бізнесу, удосконалення податкового, земельного, патентно-ліцензійного та інших видів законодавства – все це надасть додаткові можливості для розвитку нових технологій та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Література.

1. Vlasenko T. Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery/ T. Vlasenko, V. Vlasovets// Econtechmod: An international quarterly journal.- 2016. - Vol. 5. No.3. – P. 159-170.
2. Власенко Т.В. Simulation of development dynamics for management improvement of enterprise specialization/ Т.В. Власенко, В.М. Власовець//Technology audit and production reserves.- 2016.- №5 (4 (31)). - С. 9-15.
3. Власенко Т.В. Економічне оцінювання взаємовпливу основних чинників формування обсягу валової продукції сільського господарства в Харківській області/ Т.В. Власенко// Наука й економіка.-2007.-№2 (6).- С. 25-35.
4. Samuelson Paul A. Quesnay's 'Tableau Economique' as a theorist would formulate it today/ Paul A. Samuelson//Classical and Marxian political economy. -1982.- Pp. 45–78.
5. Могильний О.М. Аграрна економіка України: “Ресурсне прокляття” чи локомотив розвитку?/ О.М. Могильний// Агросвіт.- 2015.- №5.- С. 3-10.



РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Горошко О.С., Новікова К.К., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – ст. викладач Власенко Т.В.

В сучасних умовах турбулентності економіки кожне підприємство, яке націлено на успішну конкурентоспроможну діяльність повинно мати чітку стратегію, яка є адаптивною, гнучкою, орієнтованою на постійні цінності підприємства та направлена на довгострокову діяльність. Її реалізація можлива в умовах планового процесу управління змінами, який повинен передбачати чітку відповідність метаморфозам, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації і можуть суттєво впливати на її успіх. Таке визначення було сформульовано на основі вивчення та систематизації вітчизняних та закордонних наукових досліджень з цієї тематики [1, 2, 3].

При здійсненні вибору найбільш успішної та ефективної стратегії необхідно застосовувати сучасні інструменти, які дозволять максимально точно оцінити сильні та слабкі сторони господарства та виявити можливості та загрози з боку зовнішнього середовища. До таких інструментів можна віднести в першу чергу проведення SWOT-аналізу, який дає можливість встановити стратегічні альтернативи, які забезпечать виконання пріоритетних цілей господарства, визначають можливі ризики застосування стратегічних альтернатив, а також зможуть спрогнозувати реакцію працівників на впровадження нових стратегій [4].

Нами було проведено дослідження приватного підприємства ФГ “ЕКО-АГРАРІЙ”, яке розташоване в Харківській області на території Великобурлуцького району, щодо розробки стратегії. Основною спеціалізацією господарства є вирощування зернових та технічних культур.

Провівши оцінку сильних та слабких сторін в ФГ “ЕКО-АГРАРІЙ” можемо стверджувати, що підприємство має досить непогані позиції, які можна закріпити і покращити впроваджуючи інноваційні технології в виробництві продукції. Найбільша кількість слабких позицій у підприємства в виробничій діяльності, тому рекомендується першочергово зосередити на цьому увагу. Аналіз впливу факторів макросередовища показав, що на підприємство в більший мірі чинять негативний вплив політичні та економічні фактори.

Дане підприємство має певні загрози для ведення господарської діяльності. Загрози зі сторони появи на ринку товарів-замінників - середні, таким чином, є шанси покращити якість та зацікавити споживачів продукцією, яку реалізує підприємство, бо товари - замінники поки не оцінені споживачами. Високу оцінку мають загрози зі сторони споживачів через високу насиченість ринку, тому покупці, обираючи продукцію, мають змогу звертатись до конкурентів, беручи до уваги ціну, якість та інші показники.

В ФГ “ЕКО-АГРАРІЙ” пропонується до впровадження стратегія розвитку. Дана стратегія передбачає подальший розвиток підприємства, забезпечуючи удосконалення діяльності в межах ринку функціонування.

В ході проведених досліджень господарської діяльності фермерського господарства “ЕКО-АГРАРІЙ” було розроблено рекомендації щодо практичної реалізації стратегії розвитку. Основну увагу в господарстві планується приділити заходам зі зниження собівартості продукції, що надасть додаткові ресурси для оптимізації збуту продукції рослинництва та підвищення ефективності виробництва. Також пропонується удосконалити систему контролю за витратами у фермерському господарстві, яке дозволить оптимізувати витрати на заробітну плату персоналу, знизити витрати на проведення науково-дослідних робіт та маркетингових досліджень. Також головну увагу треба спрямовувати на вирішення таких завдань: економію всіх видів витрат; зняття з виробництва нерентабельної продукції; пошук резервів підвищення ефективності [5, 6].

При реалізації стратегії розвитку підприємство намагається зайняти найліпші позиції з даним продуктом і на даному ринку. В нашому випадку ми вводимо та поліпшуємо якість такого виду продукції – кукурудза на зерно (розлусна), яка вже присутня в асортименті, але потребує активного розвитку та просування на ринок, так як є одним із лідером на даному підприємстві. Для реалізації даної пропозиції пропонується два альтернативних варіанти вирішення:

I. Створення сектору зі збуту розлусної кукурудзи.

II. Розвиток дистрибуторської сітки.

Оцінюючи економічну ефективність розлусної кукурудзи, в цілому можна сказати, що її виробництво може забезпечити господарству високі прибутки. Отже, ФГ “ЕКО-АГРАРІЙ” рекомендується впровадити проект, щодо створення сектору збуту розлусної кукурудзи зі створенням дистрибуторської сітки. Це дозволить домогтися підприємству досягнення намічених стратегічних цілей.

Література.

6. Капуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва / Капуба Я. М. // Економіка та держава. – 2011. - №9. – С.16.
7. Мельник С. І. Основні напрямки формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах: монографія / С. І. Мельник. – Луганськ: Ноулідж, 2010. – 368 с.
8. Vlasenko T. Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery/ T. Vlasenko, V. Vlasovets// Econtechmod: An international quarterly journal.- 2016. - Vol. 5. No.3. – P. 159-170.
9. Власенко Т.В. Simulation of development dynamics for management improvement of enterprise specialization/ Т.В. Власенко, В.М. Власовець//Technology audit and production reserves.- 2016.- №5 (4 (31)). - С. 9-15.
10. Власенко Т.В. Економічне оцінювання взаємовпливу основних чинників формування обсягу валової продукції сільського господарства в Харківській області/ Т.В. Власенко// Наука й економіка.-2007.-№2 (6).- С. 25-35.
11. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством/ Довгань Л.Є., Мохонько Г. А. // Актуальні проблеми економіки. – 2010 – 118 с.



НОВІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ОЗНАК КЛАСИФІКАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНИХ ВИТРАТ

**Демчук О.П., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**
Науковий керівник – к.е.н., доцент Рижикова Н.І.

Неодмінною складовою успішної діяльності підприємства є відповідна організація бухгалтерського обліку. Адже саме бухгалтерський облік забезпечує управлінців всіх рівнів необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень. При цьому облік не пасивно відображає господарські процеси, що відбуваються на підприємстві, а активно впливає на них, контролює законність, доцільність і ефективність використання наявних ресурсів. Особливої актуальності та складності сьогодні набуває проблема посилення орієнтації обліку на управління, що передусім стосується організації впровадження на підприємствах та забезпечення належного функціонування управлінського обліку. Одним з складових управлінського обліку є облік адміністративних витрат. Вдосконалення бухгалтерського обліку і аудиту адміністративних витрат є складовою подальшого вдосконалення процесу управління господарською діяльністю підприємств у ринкових умовах та покращення їх фінансових результатів.

Облік та аудит адміністративних витрат у сучасних умовах вимагає нових підходів до вибору ознак їх класифікації, які дозволяють організувати систему управління витратами. Основними факторами, які визначають класифікаційні ознаки адміністративних витрат підприємства певної галузі, систему їх обліку та калькулювання собівартості продукції, є: вид господарської діяльності підприємства; організаційна побудова господарської діяльності; галузь та підгалузь виду діяльності; вид продукції, що виробляється на підприємстві; методи оцінки

об'єктів обліку; система організації внутрішньогосподарських відносин; методи формування собівартості продукції.

Узагальнення спеціальної літератури і господарської практики дозволило виділити найважливіші ознаки та визначити раціональну класифікацію адміністративних витрат для сільськогосподарських підприємств за ознаками: комплексності витрат (за номенклатурними статтями); центрів відповідальності; відношення до обсягів виробництва; можливості регулювання; відношення до основних процесів діяльності сільськогосподарських підприємств.

Класифікація адміністративних витрат

Ознака	Характеристика
Комплексність витрат (номенклатурні статті)	Оплата праці загальногосподарського персоналу; відрядження на соціальні заходи; витрати на службові відрядження управлінського персоналу; загальні корпоративні витрати; витрати на утримання основних засобів і нематеріальних активів загальногосподарського призначення; амортизація основних засобів і нематеріальних активів загальногосподарського призначення; винагороди за професійні послуги; витрати на зв'язок; витрати на врегулювання суперечностей у судових органах; податки, збори та інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (крім тих, що включаються до виробничої собівартості продукції, робіт, послуг); плата за послуги банків; інші загальногосподарські витрати.
За центрами відповідальності	Адміністративні витрати дирекції, адміністративно-господарської частини, відділу головного механіка, інженера з охорони праці, агента з постачання, відділу кадрів, бухгалтерії.
Відношення до обсягів виробництва	Постійні; змінні; змішані.
По можливості регулювання	Регульовані; нерегульовані.
По відношенню до основних процесів діяльності сільськогосподарських підприємств	Адміністративні витрати, пов'язані з рослинництвом та тваринництвом; адміністративні витрати, пов'язані із роботами по поліпшенню земель; адміністративні витрати, пов'язані з головним користуванням та іншими заходами.

Кожна з вищенаведених статей адміністративних витрат підприємства складається з певних підстатей. Використовуючи розгорнуту номенклатуру статей адміністративних витрат, доцільно скласти кодифікований довідник адміністративних витрат.

Література.

1. Микитенко Т. Сучасні інформаційні технології обліку та аудиту в управлінні підприємством / Т. Микитенко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – №10. – С.12-19.
 2. Правдюк Н.А. Формування облікової політики в управлінні сільськогосподарськими підприємствами / Н.А. Правдюк // Економіка АПК. – 2005. – №8. – С.79-85.
 3. Череп А. В. Проблеми обліку і аналізу адміністративних витрат / А.В. Череп // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 9(52). – С. 68 – 73.
 4. Слюсарчук Л. Вплив класифікації затрат на прийняття управлінських рішень / Л. Слюсарчук // Облік і фінанси АПК. – 2006. – №6. – С. 66.
- Сук Л., Сук П. Облік виробництва і калькулювання собівартості продукції сільськогосподарських підприємств / Л. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2001. – №18



ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ

*Дем'яненко Є.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – Смігунова О.В.*

Для країн з ринковою економікою є важливим сприяння розвитку малого бізнесу. У розвитку малого бізнесу зацікавлені всі верстви суспільства, гігантські економічні структури, політичні та громадські організації, окремі громадяни, оскільки малі та середні підприємства — базис, на якому ґрунтується вся економічна піраміда, котра забезпечує зайнятість всього населення, задоволення його життєвих потреб

Дослідження природи малого бізнесу, його місця та ролі у розвинутих ринкових економіках є об'єктом уваги таких науковців, як: Т. Кондратюк, О.Кужель, В.Ляшенко, О.Мазур, І.Михасюк, В.Сизоненко, С.Соболь. Формування економіки ринкового типу у вітчизняних умовах об'єктивно вимагає становлення малого підприємництва як повноцінного суб'єкта ринку, зміцнення його позицій в умовах конкурентного середовища. З розвитком даного сектора економіки пов'язується можливість розв'язання низки важливих проблем загальнодержавного та регіонального значення: забезпечення зайнятості населення, подолання бідності, підвищення рівня ділової активності населення, зміцнення економічного потенціалу регіонів, сприяння розвитку конкуренції у підприємницькому середовищі. Потреба у створенні ефективної системи функціонування та розвитку малого підприємництва та вдосконалення існуючої законодавчої бази, що регулює підприємницьку діяльність, зумовлена роллю цього сектора економіки в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни [Красноручький, с. 57]. Доволі тривалий час в економіці України істотно домінував великий бізнес, що логічно, з огляду на наше радянське минуле. Тільки в останні десять років малий і середній бізнес почав потроху ставати драйвером нашої економіки, тому ще залишились декілька неподоланих проблем. Однією з найгостріших проблем становлення і розвитку малого підприємництва є забезпечення його достатніми фінансовими ресурсами, чому сприяє ціла низка причин: недостатній рівень отримуваного прибутку, відсутність знань та вмінь проводити амортизаційні відрахування, недостатній рівень власних заощаджень та сформованих фондів. Все це зумовлює необхідність розвитку широкої мережі фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва. Особливо актуальним є питання щодо кредитування малих підприємств у сільській місцевості, переважна більшість яких обмежена в можливостях кредитування, характеризується низькою конкурентоздатністю та недостатнім рівнем кваліфікації для отримання кредиту. Не кожне мале підприємство спроможне сплачувати досить високі процентні ставки. Комерційні банки, у свою чергу, не поспішають розвивати відносини з малими підприємствами через підвищений ризик неповернення кредитів [1, с. 27]. Серйозним бар'єром на шляху ефективної взаємодії банківської системи з підприємницькими структурами є домінування короткотермінових кредитів, адже термін їх повернення здебільшого становить один рік. Такі стислі строки повернення кредиту гальмують перспективні інвестиції в малий бізнес. Якщо за короткостроковими кредитами потреба покривається приблизно на 50%, то за довгостроковими лише – лише на 2% [2, с. 117]. Серйозний конфлікт інтересів комерційних банків, як постачальників кредитних ресурсів, і малого бізнесу, як потенційного їх споживача, виникає на ґрунті високих процентних ставок. На сьогоднішній день комерційні банки надають кредити юридичним і фізичним особам 28-29% у гривні [3].

У свою чергу, для суб'єктів малого підприємництва в Україні головними недоліками кредитів як джерела фінансування є банківська бюрократія, тривалий термін ухвалення рішення про надання кредитів, їх коротко- та середньостроковий характер, нестача інформації про кредитні ресурси, вимоги щодо розкриття інформації [4, с. 22]. Із цього стає очевидним, що державна фінансова підтримка створення та розвитку малих підприємств ще недостатньо ефективна. Її вдосконалення вимагає вирішення трьох ключових проблем [2]: створення розгалуженої мережі малих кооперативних банків, які спеціалізуються на кредитуванні малих підприємств; розширення бази кредитування малих підприємницьких структур та зниження

процентних ставок за кредитами; активізація співпраці з іноземними фінансовими інститутами, що функціонують у сфері малого бізнесу. Другою, не менш важливою проблемою є державна політика оподаткування суб'єктів малого підприємництва. Об'єктивний аналіз основних тенденцій в розвитку малого підприємництва показує, що за останній період часу податковий політиці держави взагалі й оподаткуванню малого підприємництва зокрема приділяється значна увага. Свідченням цього є прийняття Податкового кодексу України, який має значний вплив на правове поле діяльності малого підприємництва. Прийняття цього важливого нормативно-правового акту мало б значною мірою структурувало інтереси держави і суб'єктів. Проте внаслідок необґрунтованої податкової реформи фінансове навантаження на мале підприємництво зросло, відносини з фінансальними органами залишилось не врегульованим [5, с. 37]

Помітну роль у кредитуванні малого бізнесу відіграють небанківські фінансові інститути. В їх структурі особливо важливу роль відіграють кредитні спілки, як один з динамічних важелів підтримки та економічної самоорганізації дрібних підприємців. Сьогодні цей сектор дещо зменшив динаміку кредитування, тому відсутнього впливу свого функціонування на розвиток підприємництва не здійснює [6, с. 59]. Необхідним елементом небанківського фінансового сектора в Україні має стати надання лізингових послуг. У країнах з розвинутою ринковою економікою частка операцій лізингу становить сьогодні 30% від усіх інвестицій в основний капітал. На регіональному рівні управління активно слід розвивати спеціалізовані неприбуткові мікрокредитні організації, основною функцією яких повинно стати мікрокредитування та надання фінансової підтримки малому бізнесу.

Формування небанківських установ на регіональному рівні повинно мати якісне організаційне забезпечення, яке передбачає взаємодію органів місцевого самоврядування, фінансово-кредитних установ та суб'єктів підприємництва. Зважаючи на те, що більшість підприємств малого бізнесу є платниками єдиного податку, який є одним з основних джерел наповнення місцевих бюджетів, саме органи місцевого самоврядування повинні виступити координатором організування взаємовідносин [2].

Таким чином, створення ефективної системи підтримки малого підприємництва, що включає тісну взаємодію банківських установ та небанківського фінансового сектора, кредитних спілок, страхових фондів, лізингу, венчурних компаній створює підґрунтя для здійснення гнучкої кредитної політики, ефективного фінансування малого підприємництва. Вирішення окресленого кола проблем, зв'язаних із фінансово-кредитною підтримкою малих підприємств, дозволить суттєво підняти роль цього важливого сегмента економіки в поглибленні ринкових відносин на селі.

Література.

1. Батковський В.А. Проблеми кредитування малого підприємництва / В.А. Батковський // Вісник НБУ. – 2015. – Квітень. – С. 28-33.
2. Варфоломеева В.О. Фінансування інноваційної діяльності як чинник розвитку малого підприємництва / В.О. Варфоломеева // Вісник Української академії банківської справи.- 2015.- № 2.- С. 113-118.
3. Білорус О.Г. Фінансові та грошово-кредитні чинники інвестиційно-інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу / О.Г. Білорус // Банківська справа. – 2014. – № 1. – С. 14-18.
4. Безус П.І. Фактори впливу на формування та реалізацію інноваційної стратегії підприємства/ Безус П.І., Безус А.М. // Науковий вісник. Серія «Економіка»: Збірник наукових праць науково-педагогічних працівників. Вип. 1, 2014. - К.: ВПЦ АМУ, 2014. – с. 61-69.
5. Бобиль В. Розвиток малого та середнього підприємства як складова соціально-економічної стабільності сучасної України / В. Бобиль // Україна: аспекти праці. - 2014.- № 3.- С. 35-39
6. Гловацька В.В. Підприємництво та його соціально-економічна сутність / В.В. Гловацька // Економіка АПК.- 2015.- № 12.- С. 57-64.
7. Красноручський О.О. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / Красноручський О.О., Колпаченко Н.М., Смігунова О.В. // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 172. – Харків: ХНТУСГ, 2016 р. – С. 54-62.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

**Дем'яненко Є.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Науковий керівник – ст. викладач Бабан Т.О.

Автомобільний транспорт – є однією з важливих галузей економіки будь-якої держави. З розбудовою та соціально-економічним розвитком держави створюються свої національні правові норми, закони та положення які закріплюються законодавчо, що сприяють розвитку цієї галузі.

Актуальність теми полягає у дослідженні наявних проблем та перспектив розвитку автомобільного перевезення, адже автомобільний транспорт займає провідне місце серед інших видів транспорту по загальній кількості перевезень вантажу і є одним із рушійних факторів економічного розвитку країни. А також проблем удосконалення державного регулювання у сфері міждержавних автомобільних перевезень та забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в організаційно-правовому аспекті.

Важливе значення для дослідження проблеми регулювання та здійснення міжнародних автомобільних перевезень та виявлення шляхів покращення та оптимізації ситуації мають наукові праці провідних вітчизняних науковців, зокрема: Анцелевича Г.О., Авер'янова В. Б., Андресюка В.Ф., Бакуменка В. Д., Гальчинського А. С., Лутового В. І., Міщенка Г. І. та ін. Але, незважаючи на велику кількість наукових робіт проблема міжнародних автомобільних перевезень потребує подальшого глибокого наукового аналізу.

За даними офіційного сайту міністерства транспорту України автомобільний транспорт на території України активно розвивається

Всі держави світу зацікавлені в ефективному регулюванні не тільки внутрішніх автомобільних перевезень, а й міжнародних. Характерною рисою правового регулювання у сфері міжнародних перевезень є те, що основні питання перевезень вирішуються міжнародними угодами, в яких визначаються умови міжнародних перевезень пасажирів і вантажів. Україна прагне підвищити темпи свого економічного розвитку і є учасником багатьох транспортних конвенцій [6].

Основними причинами, що стримують розвиток міжнародних автомобільних перевезень у сфері зовнішньоекономічної діяльності України, є: невпорядкованість системи державного регулювання, особливо правового, щодо контролю на кордоні та справляння зборів; висока вартість послуг, що надаються митними брокерами, контрольними службами й транспортними терміналами; численні бюрократичні перепони при оформленні міжнародних перевезень; низька швидкість доставки пасажирів і вантажів; брак комплексного, зокрема інформаційного обслуговування на шляху здійснення міжнародних перевезень; недостатність, а на окремих напрямках і відсутність комплексу нормативно-правових актів, що регулюють міжнародні перевезення та їх обслуговування [6]. Також існує гостра необхідність у розробленні нормативних документів, що дозволили би спростити процедури планування та організації автомобільних перевезень на території України. Геостратегічне положення України дозволяє їй бути вигідним транзитним мостом для перевезення пасажирів та вантажів. Якщо брати до уваги лише географічне положення України, то обсяги транзитних перевезень мали б постійно зростати, але цього не відбувається. Проблемами, які перешкоджають розширенню розмірів транзиту є поганий стан автомобільних доріг в Україні; недостатньо розвинена митна інфраструктура; тарифна політика; транспортні термінали. В той же час, транзит територіями Білорусі та країн Балтії зростає, тобто відбувається перерозподіл транзитних автотранспортних потоків не на користь України. У державі має реалізуватися єдина державна транспортна політика, координуватися дії учасників перевезення, розвиватися інфраструктура транзиту.

Здійснення поетапної інтеграції до загальноєвропейської, світової транспортної системи шляхом розвитку міжнародних транспортних коридорів, обсягів транзитних, місцевих та

експортно-імпортних перевезень, прискорення просування автотранспортних засобів на прикордонних переходах дозволить стимулювати надходження іноземного капіталу, як наслідок, відбудеться вдосконалення транспортних технологій та загальне поліпшення національної транспортної інфраструктури.

Проблеми розвитку транспортного комплексу, зокрема автомобільного, пов'язані з реформуванням інших галузей, оскільки обсяги продукції, промисловості, сільського господарства, будівництва та торгівлі переважно і визначають завантаженість транспортної системи. Сьогодні, на території України, сформувався цілий комплекс тіньових послуг, які надаються при нелегальних перевезеннях звичайних товарів, а також заборонених речовин та продукції. І на законодавчому рівні ці питання залишаються невирішеними.

Перехід на міжнародні стандарти і правила, що застосовуються при будівництві об'єктів автомобільного сервісу, транспортних комунікацій, при виробництві автотранспортних засобів; забезпечення безпечної роботи на автотранспорті на території України і за її межами значно підвищать розвиток потенціалу автотранспортних послуг України на міжнародному рівні

В цілому формування і розвиток досконалої системи автомобільних перевезень в Україні потребує ефективного державного регулювання діяльності транспортних підприємств. Вирішення цих проблем дозволить звести до мінімуму затримку транспортних потоків, скоротять торговельні збитки; узгодять систему міжнародних перевезень та обслуговування.

Отже, державне регулювання міжнародних автомобільних перевезень в умовах ринкової економіки визначається необхідністю рішення соціально-економічних проблем на користь всього суспільства. В умовах ринкової економіки дія методів державного впливу істотно скорочується, нажалі, змінюються їх зміст, задачі та цілі, які вони вирішують. У зв'язку з цим необхідно розробити принципово інший план використання методів державного впливу.

Література.

1. Фединяк Г. Уніфіковані норми міжнародних договорів про міждержавні автомобільні перевезення / Г.Фединяк // Право України. – 2001. – №10. – С. 113-116.
2. Макаренко М. Економічна доцільність державного регулювання на транспорті / М.Макаренко // Економіст. – 2009. – №10. – С. 25-27.
3. Руновська З.В. Исследование и оптимизация системы управления транзитными перевозками / З.В. Руновская, А.В. Чадык // Проблемы програмування –2008. – N2/3 (спец. вып.). – С. 691–694.
4. Садловська І.П. Основні тенденції та напрями діяльності транспортно-дорожнього комплексу та галузі зв'язку за 9 місяців 2007 р. / І.П. Садловська // Залізничний транспорт України. – 2007. – № 6. – С. 18–20.
5. Яцківський Л.Ю., Зеркалов Д.В., Загальний курс транспорту. Книга 2.: Навчальний посібник. – К.: Арістей, 2011. – 458 с.



ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Довгопол Є.О., Каплуновський О.В., Абрамова В.С., Харківський національний
технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка**

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

В сучасних умовах функціонування українського аграрного ринку, а також з огляду на загальну економічну та політичну ситуацію в країні, особливо гостро стоять питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, як в рамках національного, так і на зовнішніх ринках. На нашу думку, в першу чергу, це стосується саме підприємств – виробників сільськогосподарської продукції, як важливих учасників отриманого валового національного продукту країни.

На жаль, на сьогоднішній день, говорити про високий рівень конкурентоспроможності в аграрному виробництві поки що неможливо, що викликано рядом як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [3]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності, в першу чергу, важливо дати адекватне визначення цього терміну.

Якщо розглядати стан розвитку українського аграрного ринку з точки зору конкурентоспроможності, то необхідно відзначити ряд особливостей по її визначенню. По-перше, керуючись базовими принципами рівневої оцінки конкурентоспроможності, такими як системність, об'єктивність, динамічність, комплексність, безперервність і т.д., на нашу думку, особливу увагу слід приділити саме оптимальності. При цьому оптимальність слід розглядати не тільки односторонньо для виявлення конкурентних позицій підприємства на ринку, але і з боку визначення шляхів досягнення ефективних і конкурентоспроможних результатів виробничо-господарської діяльності окремих підприємств [5].

По-друге, існуючий методичний інструментарій щодо визначення рівня конкурентоспроможності підприємств за своїми показниками і критеріями не завжди враховує галузеві особливості. Зокрема, що стосується сільськогосподарських підприємств в більшості випадків не представляється можливим повно оцінити конкурентоспроможність не тільки через відсутність офіційних даних, а й через особливості функціонування ринку в цілому. Наприклад, за наявною моделі олігополістичного ринку, складно структурованим каналах розподілу продукції, які, в свою чергу, викликають появу цінового диспаритету, для сільськогосподарських підприємств на перше місце постають питання виробничо-комерційної діяльності, безпосередньо сприяють підвищенню прибутковості в короткостроковому періоді. Моменти, що стосуються якісних показників (імідж підприємства, рівень кваліфікації персоналу, деякі методи стимулювання збуту, рекламна діяльність та ін.) Для визнання в підприємствах даної сфери виникають на перспективний довгостроковий період.

Тому, по-третє, виходячи з вищесказаного, враховуючи галузеві особливості, а також умови і принципи діяльності основних учасників аграрного ринку - підприємств-виробників, на нашу думку, необхідно коригувати вже існуючі методики оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, одночасно визначаючи інноваційність розвитку підприємств.

Оцінку конкурентоспроможності аграрних підприємств можна провести на основі методу, який заснований на теорії ефективної конкуренції. Так, найбільший рівень конкурентоспроможності мають ті підприємства, де ефективно організована робота всіх підрозділів - як виробничих, так і комерційних. Оцінка ефективності функціонування кожного з підрозділів ставить перед собою мету проведення оцінки ефективності використання відповідних ресурсів. Тому в основу даного методу покладено оцінка чотирьох групових показників - критеріїв конкурентоспроможності.

В першу певну групу входять показники, що характеризують ефективність виробничого процесу, зокрема, економічність виробничих витрат, експлуатація основних фондів, ефективність організації праці на виробництві. Друга група об'єднує показники, що відображають ефективність використання оборотних активів, а також можливість стабільного розвитку підприємства на перспективу). Третя група включає показники, які дають уявлення про ефективність збутової політики підприємства, а в четверту - показники конкурентоспроможності товару - співвідношення ціни і якості [2].

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства (ККП):

$$ККП = 0,15Еп + 0,29Фп + 0,23Ер + 0,33Кт \quad (1)$$

де $Еп$ - значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства;

$Фп$ - значення критерію фінансового стану підприємства;

$Ер$ - значення критерію ефективності реалізації товару на ринку;

Кт - значення критерію конкурентоспроможності товару через ціну і якість;
0,15; 0,29; 0,23; 0,33 - коефіцієнти значущості критеріїв.

Критерій ефективності виробничої діяльності підприємства (Еп):

$$E_p = 0,313Z + 0,19\Phi + 0,40P_r + 0,10\Pi \quad (2)$$

де Z - відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції;

Φ - відносний показник фондівдачі;

P_r - відносний показник рентабельності товару;

Π - відносний показник продуктивності праці;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій фінансового стану діяльності підприємства (Φ_{Π}):

$$\Phi_{\Pi} = 0,36K_a + 0,44K_{\text{л}} + 0,21K_{\text{об}} \quad (3)$$

де K_a - відносний показник автономії активів підприємства;

$K_{\text{л}}$ - відносний показник ліквідності активів підприємства;

$K_{\text{об}}$ - відносний показник оборотності оборотних активів;

0,36; 0,43; 0,21 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій ефективності організації реалізації товару (E_r):

$$E_r = 0,44R_{\text{пр}} + 0,35K_z + 0,21E_k \quad (4)$$

де $R_{\text{пр}}$ - відносний показник рентабельності продажів;

K_z - відносний показник затовареності готовою продукцією;

E_k - відносний показник ефективності комунікацій, реклами та засобів стимулювання збуту;

0,44; 0,35; 0,21 - коефіцієнти значущості показників.

Критерій конкурентоспроможності товару є співвідношення приросту ціни товару до приросту його якості.

Також варто відзначити, отримані самі по собі коефіцієнти за один період не показують точну оцінку конкурентоспроможності, тому ми пропонуємо проводити аналіз за період як мінімум 3 років. Це дозволить визначити підвищення або зниження значення коефіцієнта, а також простежити за рахунок яких саме складових показників це сталося, щоб на перспективу виправити негативні моменти і результати виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Відповідно до загальної теорії конкурентні переваги є результатом зниження собівартості продукції, високого ступеня диференціації товарів, розумного сегментування ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку і т.д. [3].

Формування конкурентних переваг можливо з точки зору різних економічних напрямів - економіки підприємства, менеджменту, маркетингу, логістики тощо.

Під конкурентними перевагами, з точки зору економіки підприємства, слід розуміти результат зниження виробничої собівартості, впровадження інновацій, підвищення продуктивності праці, поліпшення рівня кваліфікації персоналу, характеристики якості продукції та багато іншого.

З основ менеджменту, конкурентні переваги підприємства - це результат прийняття оптимальних управлінських рішень, раціональної організації виробництва, використання ефективних методів стратегічного і тактичного планування, підвищення мотивації персоналу і контролю.

За теорією маркетингу, конкурентні переваги - це результат правильності використання комплексу маркетингу на підприємстві, зокрема, стратегій товарної та асортиментної політики, ціноутворення, політики розподілу та просування продукції.

З точки зору фінансової діяльності, конкурентні переваги - це забезпечення стабільного фінансового стану, фінансової стійкості та зростання власного капіталу підприємства, залучення інвестицій в проекти, що приносять високі доходи за найменшого ризику.

Через призму підприємництва, конкурентні переваги - це умови виживання підприємства в конкурентному середовищі і джерело отримання максимального прибутку від ведення виробничо-господарської діяльності підприємства.

За концепцією логістики, конкурентні переваги - це результат економії і ефективного використання матеріальних ресурсів (в різному їх прояві). Саме застосування логістичного

підходу до формування конкурентних переваг аграрних підприємств, як одного з шляхів підвищення їх конкурентоспроможності, і є підставою для проведення даного дослідження.

Однак, на нашу думку, найбільш вдалим є визначення конкурентних переваг через конкурентоспроможність підприємств. Причому, в першу чергу, при формуванні їх ринкової позиції. Це викликано тим, що саме позиція підприємства та його продукції на ринку визначає його поведінку при веденні своєї поточної виробничо-комерційної діяльності [2]. В кінцевому підсумку, саме цей вид діяльності для сільськогосподарських підприємств і є основним джерелом отримання і максимізації прибутку.

В основі стратегії досягнення конкурентних переваг лежить концепція М. Портера. Відповідно до неї конкурентні переваги є результатом зниження собівартості продукції, високого ступеня диференціації товарів, розумного сегментування ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку і т.д. [3]. Як спосіб їх досягнення виступає логістичне адміністрування. Починаючи з 1990-х рр. Логістика стала найважливішим стратегічним інструментом в конкурентній боротьбі, невід'ємною частиною стратегії бізнесу.

Логістичний процес в аграрному виробництві на рівні сільськогосподарських підприємств реалізується за допомогою потоків, що функціонують між елементами і підсистемами виробничого підприємства, а також між виробником і зовнішнім середовищем. Управління підприємством, інтегрує сукупність функцій стратегічного планування, організації, мотивації і контролю та ін., Задає параметри бажаного стану функціонування підприємства, мотивуючи їх досягнення через систему стимулів. Саме ці стимули і можна визначити як конкурентні переваги аграрних підприємств, тому процес їх формування на даному етапі розвитку АПК є актуальним.

Впровадження методів логістичного менеджменту в практику бізнесу дозволяє підприємствам істотно скоротити товарні запаси, прискорити оборотність оборотних коштів, знизити собівартість продукції і логістичні витрати, забезпечити задоволення споживачів в якості продукції і супутньому сервісі. Так, ефективний логістичний менеджмент може зменшити загальні витрати, даючи підприємству постійне лідерство в рівні витрат на певному сегменті ринку з подальшим акцентом на мінімізації ціни і високий рівень якості продукції та послуг.

Не менш очевидно вплив логістики на поліпшення становища підприємств на ринку, що оцінюється збільшенням їх частки і багато в чому залежить від конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів. Істотний вплив на оборотний капітал логістика надає через скорочення запасів. В результаті учасники ланцюжка руху товару повинні бути побудовані в сучасні логістичні канали, що дозволить знизити собівартість продукції на основі мінімізації витрат на її доставку споживачеві і термінів її руху товару.

Інтеграційні процеси в світі та глобалізація економіки змінюють поведінку сучасного споживача, який при прийнятті рішення про покупку товару виходить з набору очікувань на рівні кращих світових стандартів, вимагає товари високої якості за прийнятною ціною, очікує швидкого реагування на їх запити і скорочення циклу поставки.

Підприємства все більше оцінюються не тільки з точки зору якості їх продукції і сервісу, але гнучкості і здатності дотримуватися правил логістики: поставляти готову продукцію вчасно в невеликих обсягах, відповідно до замовленого кількості і безпосередньо до місця споживання.

Оцінку конкурентоспроможності аграрних підприємств можна провести на основі методу, який заснований на теорії ефективної конкуренції. Так, найбільший рівень конкурентоспроможності мають ті підприємства, де ефективно організована робота всіх підрозділів - як виробничих, так і комерційних. Оцінка ефективності функціонування кожного з підрозділів ставить перед собою мету проведення оцінки ефективності використання відповідних ресурсів. Тому в основу даного методу покладено оцінка чотирьох групових показників - критеріїв конкурентоспроможності.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які повинні бути реальними і виділяти продукцію на ринку. Однак, в будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [4].

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Райзберг Б.А. Курс управління економікою / Б.А. Райзберг. – СПб.: Питер, 2003. - 528с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Дядькін О.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н. Гіржева О.М.

При виникненні та розвитку логістики за кордоном основною причиною її розвитку став пошук резервів у позавиробничій галузі за рахунок системного підходу до виробничих процесів та їх транспортно-складського забезпечення з урахуванням особливостей товарообороту.

Для того щоб прискорити розвиток логістики в Україні, важливо з'ясувати причини, які стримують її практичне застосування.

По-перше, це відсутність належного державного підходу до проблем логістики, що виявляється як у відсутності відповідної правової бази, так і у нестачі спеціалістів і центрів їх підготовки.

По-друге, відсутній комплексний облік витрат, при якому їх зростання у транспортно-складському господарстві переважає ефективністю, досягнутою за межами цієї галузі господарства. Разом з тим існуюча система бухгалтерського обліку, методика виробничого госпрозрахунку, які застосовуються на практиці, поки що не дають можливості для повної оцінки витрат і результатів на рівні відповідних підрозділів і служб підприємства.

По-третє, логістичний підхід передбачає проведення кардинальних змін у структурі підприємства, перехід до більш гнучких організаційних структур, створення спеціалізованих цехів і служб транспортно-складського господарства.

По-четверте, розвиток ідей логістики гальмується недоліками у професійній підготовці кадрів. Існує ще багато інших причин, ліквідація яких прискорила б широкомасштабне впровадження логістики у практику.[1]

Логістика як наукова дисципліна та практика менеджменту може стати надійним помічником у вдосконаленні діяльності підприємств. З цією метою в Україні необхідно створити розгалужену мережу логістичних ланцюгів, що в сучасних умовах допоможе підприємствам швидше встановити нові господарські зв'язки. Такі служби спроможні швидко відновити виробничий ритм, подолавши бар'єр у господарських відносинах.[2]

При розробці логістичних моделей, орієнтованих на використання на загальноекономічному просторі України, необхідно враховувати ряд особливостей:

- Перша особливість полягає в тому, що територія застосування цих моделей досить велика, і це ускладнює проектування логістичних моделей, сприяє збільшенню обсягів запасів і транспортно-заготівельних витрат;
- Друга особливість — це нерозвинута інфраструктура (засоби транспорту і зв'язку, обладнані склади, пакувальне устаткування). Разом з уповільненням обороту матеріальних об'єктів це спричиняє великі втрати, пошкодження матеріальних цінностей. З розвитком матеріально-технічної бази сфери обороту дія цього фактора послаблюється;
- Третя особливість полягає у високому ступені концентрації виробництва та споживання на великих підприємствах. З одного боку, це сприяє інтенсифікації матеріальних потоків, а з іншого — уповільнює реакцію та гнучкість через зміну потреб клієнтів;
- Четверта особливість — високий ступінь концентрації управління, що знижує реактивну спроможність виробництва на змінюваний попит. Концентрація управління виявляється в обмеженій самостійності виробничих і постачальницько-збутових підприємств та організацій, в необхідності узгоджувати прийняті рішення з вищими органами управління.
- П'ята особливість полягає у низькому ступені інтеграції виробництва. Вона виявляється в об'єднанні багатьох проміжних етапів технологічного циклу, намаганні досягти максимального ступеня готовності продукції до кінцевого споживання.
- Шоста особливість — це слабка насиченість ринку. Дія цього фактора полегшує проектування і функціонування маркетинг-логістики, але створює великі складнощі для постачальницької логістики.
- Сьома особливість полягає у відсутності резервів виробничих потужностей і має вияв у нагромадженні великих резервів матеріальних ресурсів у вигляді матеріалів, сировини, що значною мірою перешкоджає гнучкості виробництва і свідчить про низький рівень інтенсивності матеріальних потоків.

Велику роль у вирішенні глобальних логістичних завдань відіграють так звані "міжнародні каналні посередники", до яких належать: міжнародні транспортно-експедиційні фірми; транспортні компанії; компанії з керування експортними операціями; зовнішньоторговельні компанії і представництва; брокерські й агентські фірми; компанії з упакування товарів, експортно-імпортних операцій; морські порти. Найбільші пакети логістичних послуг зазвичай пропонують великі міжнародні транспортно-експедиторські фірми. Діяльність більшості цих фірм сертифікована стандартом ISO-9002, що свідчить про високий рівень послуг, котрі надаються.

Формування глобальних логістичних систем, спрямованих на найбільш повне задоволення загального попиту споживачів як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях, дозволить в сучасних умовах вийти на найпродуктивніші варіанти та форми організованих товарних ринків, забезпечити більш ефективне використання національних ресурсів (сировинних, енергетичних, фінансових, трудових).

Література.

1. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Держкомстат України; за ред. О.Г. Осауленка. — К.: Август Трейд, 2011. — 560 С.
2. Герасимчук З.В. Стратегічні пріоритети розвитку регіональних логістичних систем / З.В. Герасимчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — Логістика. — 2010. — № 690. — С. 557–564.



POULTRY FARMING IS AN EFFECTIVE SPHERE OF AGRIBUSINESS

Zaika O.V., Kharkov Petro Vasilenko state technical university of agriculture

Supervisor – Senior Lecturer Gridin O.V.

Domestic poultry farming has become one of the most economically attractive and competitive types of agribusiness, as evidenced by the steady growth dynamics of poultry and egg production. The sector also has significant export potential and prospects for its development, which is one of the strategic goals of improving the agro-industrial complex development by 2020.

Poultry farming is one of the fastest growing livestock sectors, which provides a quick turnaround of investment and its dynamic development through diversified production. The latter may include both meat, egg and egg-meat specialization.

The peculiarity of the current state of development of the industry during the last decade is the dynamic growth of the number of poultry of all kinds, increase of production volumes, increase of domestic demand and export of products [1, 5].

If in the beginning of 2000 in all categories of farms there were only 123.7 million heads of poultry, then by 2015 its number has increased to 214.6 million heads, or almost 1.7 times. At the same time, the structure of the holding population of poultry significantly changed in the context of the main category of farms. In particular, the share of poultry in agricultural enterprises in 2001 was only 20.5%, while during the next 15 years it increased to 56.9% [3, 8].

The largest number of poultry today is concentrated in the Kyiv and Vinnytsia regions, respectively, 27.3 million heads (12.7% of the total) and 27.0 million heads (12.6%). A significant number was kept in the Cherkasy region - 24.6 million heads (11.4%), Dnipropetrovsk - 18.1 million heads (8.4%) and Kherson - 12.6 million heads (5.9%). Together, 51.1% of all livestock in Ukraine and more than 70% of it in agricultural enterprises are kept in these areas [6].

A significant increase in poultry production was made possible, first of all, due to the construction of modern high-tech poultry farms and complexes in Ukraine that are equipped with equipment and equipment of both leading world and domestic producers.

Sufficiently successful for the poultry industry was 2012, when 220.6 million birds were put into operation in livestock buildings for poultry.

As a result of the modernization and attraction of investments, as well as the best foreign and domestic technologies, the production of poultry meat increased from 953.5 thousand tons in 2010 to almost 1.2 million tons in 2014, or 26%. At the same time, the share of poultry meat in the structure of production of its entire species increased from 46.3% to 49.4% [7, 9].

According to preliminary data of the forecast balance of supply and demand for meat and meat products, developed annually by analysts of the Interdepartmental working group of the Ministry of Economic Development and the Ministry of Agrarian Policy and Food, the consumption of poultry meat in 2014 is 25 kg per person, which is equal to 45.4% of all its species [6].

Another, equally important poultry product is the production of eggs. This area is one of the most profitable in livestock production, which is an effective stimulus to its development and increase of production.

Over the past 5 years, egg production in Ukraine has increased by 15.2%, and reached 19.6 billion units in 2014, which fully meets the scientifically grounded needs of the population of this extremely important food product [2].

No one of the livestock industries did not have such a positive growth dynamics as poultry farming last 10-15 years. This experience needs to be generalized for the further revival of other less successful livestock industries. At the same time, the possibilities of the domestic market to ensure stable growth rates of production are objectively limited due to its over-saturation with the industry's products. Consequently, the prospects of poultry farming are directly related to the development of exports to both traditional world markets and new ones.

The rapid development of poultry farming in Ukraine is due to a number of factors, among which the short payback period of the invested capital and the steadily growing demand for the products of the industry.

According to preliminary data of the State Statistics Service of Ukraine, in 2014 the profitability of poultry meat production without industrial processing in Ukraine was negative - 9.0%. At the same time, taking into account the result of the activity of enterprises with a full cycle of poultry meat production associated with slaughter, preparation, production of fresh, chilled or frozen meat, the level of profitability in 2014 may be almost 18% [9].

Egg production over a long period of time remains one of the most profitable activities in livestock production..

In 2014, in agricultural enterprises, the financial result of the sale of eggs (without VAT, budget subsidies and surcharges, before taxation) amounted to almost 3024.8 million USD, while the sale of poultry meat received 103.8 million UAH damage. Hence it can be estimated that the poultry industry had a financial result from the sale of products in the amount of UAH 2,921 million [8].

In 2014, in agricultural enterprises, the financial result of the sale of eggs (without VAT, budget subsidies and surcharges, before taxation) amounted to almost 3024.8 million USD, while the sale of poultry meat received 103.8 million UAH damage. Hence it can be estimated that the poultry industry had a financial result from the sale of products in the amount of UAH 2,921 million.

Today, the best prospects for maintaining a competitive position on the domestic food market and entering the world are in the poultry industry. Their full implementation will depend on the balanced and effective interaction of producers, which are mostly represented by powerful agricultural holdings, and the state represented by the authorities and agrarian science, which should continue to create favorable conditions and provide support for the development of not only poultry, but also other, not less important branches of animal husbandry.

Literature.

1. Березівський П.С. Державне регулювання та цінова політика щодо галузі птахівництва / П.С. Березівський, Г. Марків // Ефективне птахівництво. - 2010.- № 6. - С. 7-10.
2. Бужин О.А. Управління птахівничими господарствами: обґрунтування економічної амортизації сільськогосподарської птиці / О.А. Бужин // Таврійський науковий вісник: Науковий журнал, Вип. 77.- Херсон, 2016. - С. 253-259.
3. Децюра С.О. Україна у світовому виробництві продукції птахівництва / С.О. Децюра // Економіка АПК. - 2012. - № 2. - С. 135-141.
4. Діброва А.Д. Ефективність державної підтримки виробництва продукції тваринництва в Україні / А.Д. Діброва // Економіка АПК. - 2010.- №9.- С.54-60.
5. Заїка С.О. Проблеми формування інноваційно-орієнтованої стратегії розвитку аграрних підприємств / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин: матер. X Міжнар. наук.-практ. конф., м. Умань 21-22 квітня 2016 р.: у 2 ч. – Ч. 1. / відп. ред. Непочатенко О.О. - Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2016. – С. 90-91.
6. Мармұль А.О. [Проблеми і перспективи розвитку птахівництва в регіоні](#) / А.О. Мармұль, Н.О. Аверчева // Економіка АПК - № 4. – 2009. - С. 16-24.
7. Назаренко О.В. Резерви зниження собівартості виробництва м'яса птиці / О.В. Назаренко // Ефективне птахівництво. - 2015.- № 4.- С.7-11.
8. Сільське господарство України: статистичний збірник / Державна служба статистики України, 2017. – 246 с.
9. Стефанів О.Б. Державна програма фінансової підтримки підприємств птахівничої галузі / О.Б. Стефанів // Економічні науки: Вісник Хмельницького націон. ун-ту. - Хмельницький, 2015. - № 2, Т. 1. - С.43.



OPERATIVE MANAGEMENT OF PRODUCTION

Zayats Yu., Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture

Scientific advisor - senior lecturer Gridin O.V.

In conditions of transition to market relations, when flexible response to changing consumer demand for one or another type of product, the role of operational management of production, which is a process of managing current events, that is, a set of measures that allow to influence specific deviations from the established objectives of production.

The purpose of operational management is to create a management system to achieve the current goals of the enterprise, as well as timely measures to optimize the ratio of costs and results.

The content of operational management of production is to establish the place and time of manufacturing products, assembly units, parts; account of the actual course of the production process; the determination of deviations from the pre-established plan and the regulation of the production process, carried out in order to eliminate the effects of unwanted deviations and to ensure the timely implementation of the main tasks of operational management.

Operational goals, defined in specific parameters, help the company to avoid failures and risks associated with the realization of long-term goals. In doing so, the priorities of the activity and criteria for determining the quality of the organization. In general terms, short-term goals become tasks. This makes it possible to establish a link between the needs and opportunities of development and to determine the prospects for using existing production potential.

The system of operational management of production is a complex organizational and planning system, which includes functional, elemental and organizational subsystems.

In functional terms, operational management of production varies as follows:

- at the level of enterprise management, it consists in organizing the movement of objects within the year, quarter, month;
- at the management level of the shop such a breakdown is carried out within the limits of a quarter, a month, a week;
- at the control level of the polling station - within the limits of the month, week, days, changes and hours.

Elementally, depending on the level of operational control, changes:

- in the composition used and qualifications of management personnel;
- on mathematical maintenance of tasks of planning of production;
- on composition and number of complexes of technical means used;
- according to the schedule of scheduled standards; according to planned accounting units;
- on the composition and content of the planning and accounting documentation; by the nature and intensity of information flows.

In organizational terms, the system of operational management of production carries out its functions with the help of:

- planning and dispatching department at the enterprise level;
- planning and dispatching bureau at the shop level;
- planning-managerial staff of the district at the district level.

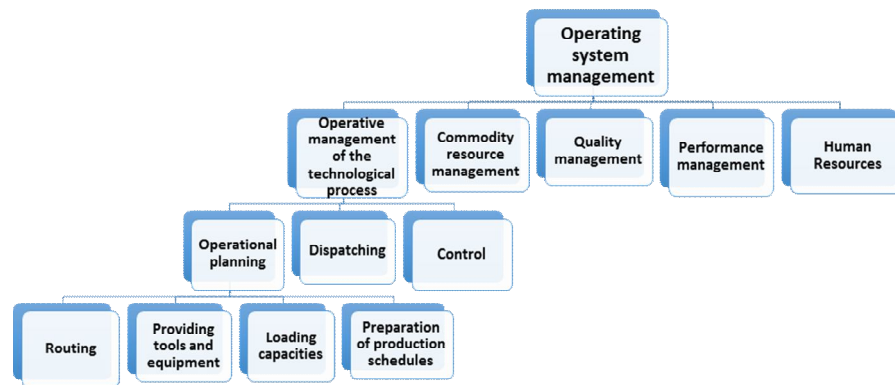
The functions of the system of operational management of production include:

- 1) leadership as a decision-making process;
- 2) planning as a process of determining the line of behavior of the object of management to achieve this goal;
- 3) accounting as a process of monitoring, analyzing and detecting deviations from the given plan of the object's line of behavior;
- 4) regulation as a process of localization of emerging deviations and preservation of a given line of behavior of the controlled object.

The set of controlled operational control indicators is wider, more detailed and specific than strategic management. It is determined on the basis of current performance indicators of the enterprise,

as well as the analysis of weak manufacturing sites, taking into account the specifics and characteristics of the enterprise. However, only the definition of current performance indicators of an enterprise is not enough for the early detection of a crisis situation: it is necessary to have information about the criteria that can indicate the level of efficiency or lack of enterprise activity and the trends in the situation.

The management structure of the operating system covers all possible actions, processes, receptions associated with the immediate release of products (provision of services).



All of these management subsystems are equitable and have their respective policies, methodologies and implementation tools.

Also, the feature of operational management is that the entire system of management of results and costs is carried out on the basis of accounting for marginal profit. This system assumes when planning a calculation to take into account only a limited cost. The rest of the current expenses is not included in the calculation, but is reimbursed by the total amount without distribution in the objects of expenses from the proceeds from sales of products. The amount of profit from sales of products can be obtained as the difference between the amount of coverage and constant costs. In this case, the amount of coverage is determined by the excess of net turnover over variable costs.

The use of this system avoids errors in the traditional calculation of costs at full cost, when the object costs include not only variables, but also constant costs. However, the nature of these costs is such that they can't be accurately attributed to the object of expenditure, so they are included in the cost of products, works and services in proportion to the chosen basis of distribution, which, accordingly, leads to changes in cost. In addition, the definition of full cost in the case of shortage of production capacity leads to the inclusion in the calculation of idle costs, which also changes the actual value of the cost of production of this product. Thus, the changed information on the cost price of manufactured products may lead to errors in the adoption of operational decisions, especially in the selection of optimal production volumes, in assessing the profitability or loss-making of products, product groups, individual liability centers, etc.

The combination of strategic and operational planning at the enterprise allows to achieve harmony of perspective and short-term interests of the enterprise. Reasonable construction of strategic policy allows the company, adjusting the current actions, to ensure effective activity in the future period of time. Proper organization of operational planning allows to achieve effective production in the current period of time and realize today's interests of the enterprise.

Reference

- 1) http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/6381.doc.htm
- 2) http://pidruchniki.com/14361112/menedzhment/operatsiyniy_menedzhment#647
- 3) Golubushkin L.M. Osnovi menedzhmentu: Organizatsiya i upravlinnya virobnitstvom: Kurs lektsiy. - N. Novgorod: VVAGS, 2006.
- 4) Golubushkin L.M. Virobnichiy i operatsiyniy menedzhment. Ch.1, 2. - N. Novgorod: NOK, 2006.
- 5) Upravlinnya organizatsieyu. Pid red. Porshneva A.G., Rumyantsevoyi Z.P., Salomatina N.A. -Moskva: Infra-M, 1999

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

*Івасенко А.В., Харківський національний технічний університет сільського господарства
ім. П. Василенка*

Науковий керівник – Артеменко О.О., к.е.н., доцент

Перед будь-яким підприємством, яке працює в умовах ринкової економіки, рано чи пізно постає реальна проблема ризику. На наш час саме для підприємств сільськогосподарської продукції ситуація депо складніша, так як вплив навколишнього середовища та погодних умов на зовнішню та внутрішню діяльність підприємства став ще більш ризикованим. Реальною перешкодою стають нові кордони ринкової економіки, наслідком яких є посилення збитковості виробництва, підвищення конкуренції, вірогідність випадкових подій та їх ймовірність. Виникнення певних факторів, що призводять до змін ринкової системи та умов ринку не на користь підприємця та наявність зростаючого боргу - мають вплив на втрати виробництва, які можуть бути зв'язані на пряму з підприємницьким ризиком. Така ситуація зумовлює розширення методів вирішення питань подолання загроз для агропромислових підприємств та агробізнесу.

Питаннями управління ризиками та закономірностями їх виникнення на сільськогосподарських підприємствах вивчали такі економісти як В.Г. Андрійчук, О. Романченко, Л. Шаршукова, В.В. Россоха, П.Т. Саблук, В.В. Чепурко [2].

Під час підприємницької діяльності, організації та фірми стикаються з комплексами ризиків. Вони частіше відрізняються за сукупністю зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на їх рівень та місцем і часом виникнення. Зазвичай, всі види ризиків взаємопов'язані і мають вплив на повноцінну діяльність підприємства.

Підприємець має взяти за мету – найшвидше визначення варіанту дій, що призведуть до оптимального для конкретного проекту ризиків та доходності, приймаючи до уваги те, що чим більший прибуток проекту, тим вища ступінь ризику під час його реалізації. Можна використати такі інструменти запобігання: страхування, розподіл ризику, лімітування, отримання більшої інформації про майбутній вибір і результати, резервування коштів на покриття непередбачених витрат. В наш час невід'ємним елементом будь-якого виробництва, у тому числі й сільськогосподарського є ризик. З досвіду вітчизняних і зарубіжних досліджень факторів ризику, основним методом управління ризиками по забезпеченню фінансової стійкості та безперервності сільськогосподарського виробництва вважається страхування [4].

Хоча страхові програми поширені в багатьох країнах Європи, Північної та Латинської Америки, а також у Китаї, одним з основних недоліків класичних видів страхування для розвинутих підприємств, зокрема для аграрних холдингів, є складності в їх адмініструванні. Також не за всіх умов може бути задоволено потреби організацій та враховані їх побажання.

Але в Україні існує суттєва проблема відсутності у більшості банків наявних комплексних програм управління ризиками в області агрофінансування. Проблематика полягає у тому, що на даний час відчувається вагома відсутність фахівців зі страхування у сільському господарстві; пасивна позиція держави та слабка підтримка виробника у сфері агробізнесу

Зважаючи на всі ризики та умови, доцільним мати формування адекватної політики регулювання цін і доходів. Використання графіку у машинно-тракторному парку підприємства АПК, маршрути прямування і пересування сільгосптехніки з однієї ділянки на іншу, порядок технічного обслуговування. В свою чергу зерновим господарствам рентабельно буде розробити план розподілу. Під час розробки плану зниження ризику в рослинництві важливо враховувати кліматичні умови, зерна по токах і розміщення його по зерносховищах, план вивезення зерна. Важливо проводити прогнозування фінансових результатів: очікуваного щорічного приросту виробництва у зв'язку з можливостями підприємства АПК, виручки від реалізації продукції, оцінку щорічного росту цін на сільгосппродукцію.

В підсумку необхідно зазначити, що АПК знаходиться в умовах ручного управління, але, на відміну від інших, цикл виробництва тут може тривати довше, ніж діють встановлені стандарти. Отже, впровадження заходів, що спрямовані на покращення, є неефективним,

оскільки нові розробки не зможуть існувати достатньо довго для розкриття повного їхнього потенціалу.

Заходи, що впливають на зниження ризику і здійснюються аграрним підприємством, можна віднести: формування адекватної політики цін і доходів, прогнозування фінансових результатів, удосконалення операційних систем, наявність коштів на покриття непередбачених витрат. Оскільки АПК є одним з пріоритетних для України, державний, банківський і приватний сектори повинні сприяти розвитку сільського господарства та мінімізації ризиків для сільськогосподарських підприємств.

Література.

1. Артимонова І.В. Класифікація чинників і видів господарських ризиків аграрних підприємств / І.В. Артимонова // Економіка та управління АПК: збірник наукових праць. – Біла Церква. – 2012. – № 7(93). – С. 20–25.
2. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2006. – 312 с.
3. . Управління ризиками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agroinsurance.com>.
4. Колібаба Р.О. Дії щодо мінімізації ризиків в аграрному секторі // minfin.kmu.gov.ua.
5. Лукінов І.І. Агросстрахування: дві сторони однієї медалі // Фермер України.– 2008.– №11. – С. 5–7.



ВРЕГУЛЮВАННЯ РИЗИКОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК УКРАЇНИ

***Івасенко А.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – Артеменко О.О., к.е.н., доцент

Аграрний сектор України формує продовольчу, енергетичну та екологічну безпеку, забезпечує розвиток технологічно та технічно пов'язаних галузей національної економіки та створює соціально-економічні умови сталого розвитку.

Існують певні групи ризиків, що викликають невизначеність та нестабільність в управлінні аграрними підприємствами. До основних з них можна віднести кліматичні умови та природне навколишнє середовище. На даний момент результатом ризику є скрутне фінансове становище підприємств АПК, а також погіршення рівня життя у сільській місцевості.

Одним із агроекологічних ризиків є зменшення потужностей на підприємствах харчової і переробної промисловості, зростання імпортних або міжрегіональних поставок сільськогосподарської сировини, заборона або скорочення міжнародного і міжрегіонального експорту продукції АПК, а також готових харчових продуктів. Сукупність цих умов згубним чином впливають на стан продовольчої безпеки.

В майбутньому, продаж запасів з державного зернового фонду на ринку, дозволив би стабілізувати ринкові ціни, підтримати підприємства, які зайняті в вирощуванні ВРХ, створити умови для плавного відновлення стійкості сільського господарства. Взагалі необхідно підкреслити, що ризики агроекологічного характеру важко прогнозувати, тому у рамках національної системи прогнозування кризових ситуацій слід зробити зусилля зі створення оцінки багатопланової моделі ризиків даної групи. Значне відставання машинобудування сільськогосподарського, переробного і харчового, що в сумі з низькими показниками конкурентоспроможності продукції за якістю, ціною і мірою автоматизації, обмежують можливості щодо забезпечення безпеки, що свідомо скорочує внутрішній виробничий і експортний потенціал України.

Інструментарієм урегулювання ризиків цієї групи має бути стимулювання розвитку

адресного пільгового кредитування підприємств АПК найбільшими банками з державною участю, пряма держпідтримка, придбання аграрними підприємствами устаткування, техніки допомогла в активізації виробництва. Підвищення уваги щодо заводів з виробництва устаткування для сільського господарства, харчової і переробній промисловості – найближча мета держави.

Ще одна ланка – група соціальних ризиків, що розкриває проблеми забезпечення продовольчої безпеки. Соціальна група характеризується показниками доступності для населення продуктами харчування в фізичному і економічному значенні. Доступність економічна – складається із сукупності параметрів, які включають зміну купівельної спроможності, динаміку доходів населення, динаміку цін на продукти харчування та ін. Фізична доступність передбачає безперервну можливість споживання харчової продукції в необхідних об'ємах та асортименті, з наявним попитом.

Вирівнювання негативного впливу соціальних ризиків, може бути здійснена за рахунок:

- створення заходів по підтримці на усіх етапах від виробництва до реалізації підприємств і організацій АПК.

- запровадження системи стовідсоткового доступу споживачів всіх соціальних груп до продовольчого ринку і надання можливості придбання продуктів харчування за доступними цінами;

- регулювання в цілях зниження кількості посередницьких структур і налагодження зв'язків між учасниками АПК і харчового ринку торгової діяльності [3].

Втілення заходів стимулювання ризиків, що були розглянуті, без зміни міжгалузевих і внутрішніх дисбалансів дозволить організувати якісну товаропровідну регіональну мережу, посприє зниженню вартості сільськогосподарської сировини при підвищенні або збереженні економічної ефективності діяльності, а також вплине на доступність продуктів харчування за рахунок зниження ціни.

Література.

1. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 138-146.
2. Іртищева І. О. Інвестиційно-інноваційний розвиток агропродовольчої сфери Причорноморського регіону / І. О. Іртищева // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2007. – Випуск 3. – Т. 1. – С. 195-200.
3. Шебаніна О. В. Інвестиційно-інноваційна діяльність в АПК: сутність, проблеми та основні напрямки їх вирішення / О. В. Шебаніна, О. В. Короткова, І. О. Піоренко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – Випуск 4(47). – С. 11-18.
4. Управління ризиками В АПК як передумова забезпечення стійкості галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4711>
5. Усатий Д. Г. Экономические риски АПК Украины и пути их минимизации при помощи производных финансовых инструментов / Д. Г. Усатый // Современные финансовые рынки: стратегии развития : материалы IV междунар. науч.-практ. конф. – СПб. : СПбГЭУ, 2013. – С. 464-466.
6. Лошкарьова О. О. Агропромисловий комплекс України на шляху інтеграції до Європейського Союзу / О. О. Лошкарьова // Перспективи інтеграції України у світову фінансову систему: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2010. – С. 75-87.



СТИМУЛЯЦІЯ РИЗИКОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК В УКРАЇНІ

Івасенко А.В., Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка

Науковий керівник – ст. викладач Грідін О.В.

Аграрний сектор України формує продовольчу, енергетичну безпеку та екологічну, забезпечує розвиток технологічно та технічно пов'язаних галузей національної економіки та створює соціально-економічні умови сталого розвитку.

Існують певні групи ризиків, що викликають невизначеність та нестабільність в управлінні аграрними підприємствами. До них можна віднести природно-кліматичні умови та середовище. На даний момент результатом ризику є скрутне фінансове становище підприємств АПК, а також погіршення рівня життя в селах.

Одним із агроекологічних ризиків є зменшення потужностей на підприємствах харчової і переробної промисловості, зростання імпорتنих або міжрегіональних поставок сільськогосподарської сировини, заборона або скорочення міжнародного і міжрегіонального експорту продукції АПК, а також готових харчових продуктів. Сукупність цих умов згубним чином впливають на стан продовольчої безпеки.

В майбутньому, продаж запасів з державного зернового фонду на ринку, дозволив би стабілізувати ринкові ціни, підтримати підприємства, які зайняті в вирощуванні ВРХ, створити умови для плавного відновлення стійкості сільського господарства. Взагалі необхідно підкреслити, що ризики агроекологічного характеру важко прогнозувати, тому у рамках національної системи прогнозування кризових ситуацій слід зробити зусилля із створення оцінки багатопланової моделі ризиків даної групи. Значне відставання машинобудування сільськогосподарського, переробного і харчового, що в сумі з низькими показниками конкурентоспроможності продукції за якістю, ціною і мірою автоматизації, обмежують можливості щодо забезпечення безпеки, що свідомо скорочує внутрішній виробничий і експортний потенціал України.

Інструментарієм урегулювання ризиків цієї групи має бути стимулювання розвитку адресного пільгового кредитування підприємств АПК найбільшими банками з державною участю, пряма держпідтримка, придбання аграрними підприємствами устаткування, техніки допомогла в активізації виробництва. Підвищену увагу щодо заводів з виробництва устаткування для сільського господарства, харчової і переробної промисловості – найближча мета держави.

Ще одна ланка — група соціальних ризиків, що розкриває проблеми забезпечення продовольчої безпеки. Соціальна група характеризується показниками доступності для населення продуктами харчування в фізичному і економічному значенні. Доступність економічна — складається із сукупності параметрів, які включають зміну купівельної спроможності, динаміку доходів населення, динаміку цін на продукти харчування та ін. Фізична доступність передбачає безперервну можливість споживання харчової продукції в необхідних об'ємах та асортименті, з наявним попитом.

Вирівнювання негативного впливу соціальних ризиків, може бути здійснена за рахунок:

- створення заходів по підтримці на усіх етапах від виробництва до реалізації підприємств і організацій АПК.

- запровадження системи стовідсоткового доступу споживачів всіх соціальних груп до продовольчого ринку і надання можливості придбання продуктів харчування за доступними цінами;

- регулювання в цілях зниження кількості посередницьких структур і налагодження зв'язків між учасниками АПК і харчового ринку торгової діяльності [3].

Втілення заходів стимулювання ризиків, що були розглянуті, без зміни міжгалузевих і внутрішніх дисбалансів дозволить організувати якісну товаропровідну регіональну мережу, посприє зниженню вартості сільськогосподарської сировини при підвищенні або збереженні

економічної ефективності діяльності, а також вплине на доступність продуктів харчування за рахунок зниження ціни.

Література.

1. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – №3. – С. 138–146.
2. Іртицева І. О. Інвестиційно-інноваційний розвиток агропродовольчої сфери Причорноморського регіону / І. О. Іртицева // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2007. – Випуск 3, т. 1. – С. 195–200.
3. Шебаніна О. В., Короткова О. В., Пігоренко І. О. Інвестиційно-інноваційна діяльність в АПК: сутність, проблеми та основні напрямки їх вирішення / Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – Випуск 4(47). – С. 11–18.
3. Управління ризиками В АПК як передумова забезпечення стійкості галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4711>
4. Усатый Д.Г. Экономические риски АПК Украины и пути их минимизации при помощи производных финансовых инструментов / Д.Г. Усатый // Современные финансовые рынки: стратегии развития : материалы IV междунар. науч.-практ. конф. – СПб. : СПбГЭУ, 2013. – С. 464–466
5. Лошкарёва О.О. Агропромисловий комплекс України на шляху інтеграції до Європейського Союзу / О. О. Лошкарёва // Перспективи інтеграції України у світову фінансову систему: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2010. – С. 75–87.



ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКИ, ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***Казакова О.І., Онєгіна О.С., Думчиков О.В., Харківський національний технічний
університет сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

Поєднуючи теорію формування конкурентоспроможності підприємства і комплекс маркетингу, можна визначити наступні маркетингові складові підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств: провадження товарної й цінової політики, товаропросування, а також політику розподілу та збуту. На нашу думку, одними з основних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності для сільськогосподарських підприємств є саме покращення їх товарної та цінової політик.

Що стосується конкурентних переваг за товарною політикою, то головною задачею є формування асортименту. Сутність забезпечення конкурентних переваг з цієї сторони полягає у плануванні фактично усіх видів діяльності, які спрямовані на відбір продукції для майбутнього виробництва, з метою ефективної реалізації на ринку і відповідності до вимог споживачів.

Система формування конкурентних переваг товарної політики має включати наступне:

1. Вивчення існуючих і перспективних потреб споживачів, аналіз способів використання продукції й особливостей купівельного попиту на об'єктових ринках.
2. Оцінка аналогічної продукції конкурентів.
3. Критична оцінка якості виробленої продукції підприємством, але вже з позицій споживачів.
4. Вирішення питань стосовно продукції, яку слід додати до асортименту, а яку вилучити через зміни в рівні конкурентоспроможності.
5. Проведення диверсифікації продукції за рахунок інших можливих напрямів виробництва.

6. Оцінка і аналіз всього асортименту продукції підприємства, що є невід'ємною частиною маркетингу.

Складність вирішення такої задачі полягає в складності об'єднання всіх елементів для досягнення кінцевої мети оптимізації асортименту з урахуванням поставлених стратегічних ринкових цілей підприємством. Якщо цього досягти не вдається, то може вийти, що в асортимент почнуть включатися види продукції, впроваджені скоріше для зручності виробничих підрозділів підприємства, ніж для споживача. З погляду теорії маркетингу – це є прямою суперечністю і може з конкурентних переваг перейти до розряду конкурентних ваг підприємства.

Використовуючи зазначений підхід, ми, фактично, можемо і характеризувати конкурентоспроможність підприємства та його продукції через систему базових показників ефективності поточної діяльності, адже, як відомо, головним критерієм оцінки поведінки оператора ринку є результативність [4].

За ціновою політикою підприємства існує три стратегії створення конкурентних переваг. Перша стратегія - це лідерство в ціні, за якою центром уваги підприємства при виробництві продукції є витрати. Основними джерелами створення цінових конкурентних переваг є такі.

1. Рациональне ведення комерційної діяльності на основі накопиченого досвіду.
2. Економія на масштабі виробництва, за рахунок зниження витрат на одиницю продукції при зростанні обсягів виробництва.
3. Економія рахунок синергічного ефекту, що виникає при виробництві різних видів продукції.
4. Оптимізація внутрішньогосподарських зв'язків, що сприятиме зниженню загальновиробничих та адміністративних витрат.
5. Інтеграція розподільних мереж та систем постачання тощо.

Проводячи в життя стратегію створення конкурентних переваг на основі цінової політики, підприємство також не повинне забувати, що його продукція в той же час має відповідати певному рівню диференціації. Тільки в цьому випадку цінове лідерство може мати суттєвий ефект.

Якщо ж якість продукції цінового лідера значно нижче якості аналогічних товарів, то для створення цінової конкурентної переваги може знадобитися настільки сильне зниження ціни, яке призведе до негативних наслідків для підприємства. Проте слід відзначити, що стратегії цінового лідерства і диференціації не повинні змішуватися, не говорячи про те що, не слід їх використовувати одночасно.

Диференціація є другою стратегією створення цінових конкурентних переваг. При даній стратегії підприємство намагається надати продукції щось відмінне, що з точки зору маркетингу може подобатися споживачеві і за що він готовий платити. Підприємству зовсім не обов'язково використовувати лише диференціацію для отримання надбавки до ціни.

Диференціація може сприяти розширенню обсягів продажів за рахунок збільшення кількості продукції або ж за рахунок стабілізації споживання незалежно від коливань попиту на ринку через налагодження довгострокових зв'язків.

Так, для формування конкурентних переваг на основі диференціації необхідно наступне.

1. Мати чітке уявлення не те, хто приймає рішення з питань покупки.
2. Вивчити споживчі критерії, за якими робиться вибір при покупці товару (ціна, функціональні властивості, гарантії, термін поставки і т.п.).
3. Визначити чинники, що формують уявлення споживача про продукцію (джерела інформації про властивості товару, імідж тощо).

Після цього, виходячи з можливостей створення продукції відповідного ступеня диференціації та відповідної ціни (ціна повинна дозволити споживачеві придбати диференційований продукт), підприємство може приступити до виробництва такої продукції. При чому, позиція підприємства та його продукції на ринку визначає його поведінку при провадженні своєї поточної виробничо-комерційної діяльності [5].

Третьою ціновою стратегією, яку підприємство може використовувати для створення конкурентних переваг, є концентрація уваги на інтереси конкретних споживачів. У цьому

випадку підприємство виробляє продукцію спеціально для конкретних споживачів. Концентроване виробництво продукції пов'язано з тим, що або задовольняється якась незвична потреба певного споживача, або ж створюється специфічна система доступу до продукції (система продажу і доставки тощо).

Проводячи стратегію концентрованого створення конкурентних переваг, фірма може користуватися одночасно ціновим залученням споживачів, так і диференціацією.

В ході організації системи управління маркетингом, наприклад, на ринку зерна виникає ряд проблем [4-6]. Однією з таких проблем може стати старіння існуючої продукції, тобто поява на ринку зернової продукції з кращими якісними характеристиками (вирощеної з поліпшених сортів, за поліпшеною технологією і т.п.), що з часом може викликати спадання споживчого попиту на вже існуюче зерно. Тому, наступними є проблеми широти, насиченості, глибини і гармонійності номенклатури продукції. Вельми велика різноманітність номенклатури зернової продукції не завжди сприяє успіху, а навіть навпаки - може викликати розпорошення зусиль підприємства - виробника, привести до широкої конкуренції з іншими виробниками, яке, в свою чергу, призведе до виникнення складності в збутовій діяльності. Тому товаровиробникам необхідно враховувати і своєчасно вирішувати проблеми, які перед ними виникають з метою досягнення результату маркетингової діяльності підприємства - отримання максимально можливого прибутку з одночасним задоволенням потреб споживачів.

Література.

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
5. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 162. – Харків : ХНТУСГ, 2015. – С. 229-234.
6. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
7. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
8. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 623 с.



ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Кастерна І.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

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

Оподаткування прибутку є важливим елементом системи прямих податків, яке дозволяє регулювати доходи суб'єктів господарювання та формувати надходження до бюджету. Податок на прибуток підприємств є однією з основних статей доходу бюджетів.

Податок на прибуток підприємств – це прямий податок, сплачуваний підприємствами з прибутку, одержаного від реалізації продукції (робіт, послуг), основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних

цінностей, а також із прибутку від орендних операцій, роялті та від позареалізаційних операцій [1].

На мою думку, дане визначення повністю розкриває сутність поняття, і дає широкі можливості для регулювання і стимулювання підприємницької діяльності.

Підприємство є платником податку на прибуток, так як воно здійснює діяльність, яка спрямована на отримання прибутку. Оподаткування прибутку підприємств спричиняє серйозний вплив на розвиток підприємництва, оскільки воно може як стимулювати так і дестимулювати його розвиток [2].

За допомогою податку на прибуток можна регулювати напрями розподілу прибутку (накопичення чи споживання), методи фінансування інвестицій (самофінансування, залучені чи позичкові засоби), розподіл трудових і матеріальних ресурсів між окремими сферами господарської діяльності, розподіл і перерозподіл ВВП, темпи економічного зростання на макрорівні [3].

Справляння податку на прибуток підприємств має чимало проблем, і українська влада намагалася вирішити частину з них за допомогою введення в дію нового Податкового Кодексу. Наведемо найголовніші проблеми справляння податку на прибуток підприємств, які існували до запровадження Податкового Кодексу:

1. Наявність двох обліків - бухгалтерського та податкового. Тут головна проблема полягала в тому, що дані види обліку регламентувалися різними нормативно-правовими актами, що призводило до виникнення різноманітних суперечностей.

2. Безсистемне надання економічно необґрунтованих пільг по податку на прибуток. Такі пільги не можна назвати ефективними стимулами чи регуляторами підприємницької діяльності. Досвід розвинутих країн свідчить, що поширення форми підтримки підприємства через пільги на податок з прибутків, не є перспективною [4].

Для України дуже важливим на сьогодні є вдосконалення податку на прибуток підприємств. Одним з етапів такого вдосконалення було прийняття Податкового Кодексу. Проте він не вирішив всіх проблем даного податку, тому наступним кроком ми вбачаємо прийняття поступових змін до Кодексу, які будуть передбачати: скасування податкового обліку і використання бухгалтерського; запровадження інвестиційного податкового кредиту з податку на прибуток підприємств для суб'єктів господарювання які інвестують кошти в суспільно важливі сфери економіки; підвищення стабільності і прозорості податкового законодавства; постійний моніторинг податкових ризиків та факторів ризику; активне введення в дію системи електронної звітності [5].

Поступове запровадження зазначених заходів дозволить вирішити зазначені проблеми та значно вдосконалити систему оподаткування прибутку в Україні.

Література.

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI зі змінами від 19.01.2012 на підставі 4220-17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Плугатар О.А., Кравченко Т.О. Проблеми та шляхи реформування податку на прибуток // Економічний простір. – 2009. – №12. – С. 138-143.
3. Державна казначейська служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ibser.org.ua/>
4. Онегіна В.М; Накісько О.В; Руденко С.В ; Податкова система: навч. Посібник (видання друге)/ В.М.Онегіна; О.В.Накісько; С.В.Руденко –Харків.: «Апостроф» 2012.- 426с.
- 5.Накісько О.В; Руденко С.В; «Аналіз податкової реформи 2015р»/ О.В. Накісько, С.В.Руденко матеріали VI міжнародної науково-практичної інтернет конференції – Харків: ХНТУСГ, 2015,- 354с. 268-271.



СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АГРОФОРМУВАНЬ

***Кастерна І. С., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.

При забезпеченні фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах обов'язковим є врахування фактора ризику. У виробничому процесі, незалежно від його конкретних форм, ризик зрештою з'являється у вигляді можливого зменшення реальної віддачі від використаних фінансових ресурсів порівняно з очікуваною.

Ризик-це загроза того, що підприємець понесе втрати у вигляді додаткових видатків чи отримає доходи нижче тих, на які розраховує. Прояв ризиків у сільському господарстві має свої особливості, які можна узагальнити наступним чином [1].

Перша особливість сільського господарства, яка підвищує рівень ризику- тривалий період виробництва. Рішення щодо виробництва приймаються за рік, а то й більше до моменту отримання результатів від його реалізації. За цей час ринкова ситуація може значно змінитися в несприятливий для підприємства бік.

Друга особливість сільського господарства порівняно з промисловістю полягає в тому, що обсяги виробництва змінюються за однакових обсягів використання ресурсів. В сільськогосподарському виробництві при використанні, наприклад, однієї тони мінеральних добрив не можна бути точно впевненим в кількості майбутнього урожаю.

Третя особливість, в тому, що технологічний процес в аграрному секторі жорстко обмежений в часових межах. За відсутності на певний момент ресурсів, промислове підприємство може вийти на заплановані обсяги виробництва, отримавши ці ресурси пізніше та організувавши двозмінну роботу. Якщо сільськогосподарське підприємство не проведе вчасно посівну кампанію, то пізніше цього зробити неможливо й виробництва даного виду продукції в поточному році не буде.

Четверта, в технологічному процесі сільського господарства використовуються живі організми як засоби виробництва, тому він залежить від їх біологічних особливостей. В цій галузі в багатьох випадках неможливо різко збільшити обсяги виробництва через біологічні особливості рослин і тварин.

П'ята особливість в тому, що економічний ризик у сільському господарстві має досить високий рівень в зв'язку з тим, що сучасні сільськогосподарські підприємства достатньо капітоємні. Значна частина дорогих основних засобів використовується протягом року короткий термін, що зумовлює великий строк окупності. При цьому виникає необхідність у залученні додаткових фінансових ресурсів.

Шоста особливість - прояв кон'юнктурного ризику набуває особливого значення, насамперед у високоврожайні роки, коли різко збільшується пропозиція сільськогосподарської продукції. Високий врожай за певних обставин призводить до зменшення прибутків або навіть до збитків сільськогосподарських підприємств.

Умови функціонування сільськогосподарського підприємств в сучасній економіці стають дедалі складнішими, кількість факторів, які негайно впливають на їх діяльність, все збільшується [3].

У світовій практиці сільськогосподарських підприємств широко використовується такий інструмент зниження ризику як страхування. Страхування ризиків, як захід їх зниження, не зменшує розміру можливих збитків чи ймовірність їх настання. Розмір ризику лишається незмінним, але відшкодування збитків, які мають місце при настанні несприятливої ситуації, перекладається на «покупця» ризику- страхову компанію. При цьому розмір ризику, який несе підприємство, зменшується на передану страховій компанії частину ризику. Тому страхування можна віднести до заходів, що знижують рівень ризику підприємства.

Головною метою страхування в аграрному секторі економіки є стабілізація виробництва через відшкодування втрат внаслідок несприятливих подій, настання яких не можна передбачити

у часі та просторі. Одне із завдань страхування- це поліпшення фінансового становища сільськогосподарського виробника з точки зору його кредитоспроможності. Кредитори (банки, кредитні спілки чи приватні джерела) надають перевагу тому сільськогосподарському підприємству, який має гарантію збереження певного рівня свого доходу при настанні стихійних лих та втраті врожаю [4,5].

Аналіз наукових літературних джерел з даної проблеми показав, що суттєві пропозиції методичного та практичного характеру з проблем страхування сільськогосподарських ризиків внесли такі відомі вчені дослідники як М. Дем'яненко, О. Гудзь, П. Лайко, С. Навроцький та деякі інші.

Механізм страхового захисту сільськогосподарських підприємств- це сукупність встановлених державою форм, видів, методів зовнішнього і внутрішнього впливу, призначених для досягнення стратегічних і тактичних цілей щодо стабілізації розвитку сільськогосподарського виробництва та для підвищення ефективності фінансових результатів сільськогосподарських підприємств.

Страховий ринок України виник на початку 90-х років, після розпаду колишнього Радянського Союзу з його системою державного страхування, відомою під назвою Держстрах. Цей ринок має стійку динаміку зростання, яка випереджає динаміку зростання ВВП країни. Швидке зростання страхового ринку відбувається значною мірою завдяки позитивним макроекономічним тенденціям, зокрема: сталому зростанню доходів населення; реформуванню відносин власності та зростання кількості прибуткових підприємств; розвитку фондового ринку; впровадження системи недержавного пенсійного забезпечення.

Страхові компанії вже багато років пропонують страхування посівів і майбутнього урожаю. В основному, страхування урожаю застосовують великі холдинги. Щоб зацікавити аграріїв до страхування, страховики почали притягати банки, а ще - виробників добрив і засобів захисту рослин. Наприклад, Креді Агриколь Банк пропонує разом з компаніями "АХА Страхування" і "Сингента" програму підтримки агровиробників : страхова забезпечує страхування урожаю, а "Сингента" і банк надають фінансування (кредит банк видає під 16,5% річних)[2]. У проєкті беруть участь три області: Полтавська, Черкаська і Вінницька. Клієнт застрахований від усіх погодних ризиків, від епідемій, що виникли внаслідок погодних ризиків, від пожежі, від протиправних дій третіх осіб.

Вибір таких програм для аграріїв у 2017 році був не занадто великий. Застрахувати посіви або урожай пропонували, наприклад, компанія "ИНГО Україна", "АСКА", "АХА Україна", СК "Універсальна", компанія "PZU Україна". В основному, агрострахування передбачало три ключові програми. Перша- це страхування майбутнього урожаю. Друга - озимих на період перезимування. Третя - комплексне страхування культур на увесь період вирощування.

Тариф по страхуванню агроризиків залежить від декількох чинників: розміру страхової суми, франшизи, територіального місцезнаходження площ і виду сільськогосподарської культури". Залежно від цих показників, вартість полісу для озимих культур може коливатися від 120 до 400 грн за гектар", - відмітив Сергій Кривошеев [2]. Тобто, наприклад, при купівлі полісу для поля кукурудзи загальною площею 500 га витрати на страховку складуть близько 65-200 тис. грн - сума несутірна з розміром можливих втрат.

Як правило, страхові компанії пропонують страхування агроризиків за тарифом 3-8% страхової суми. Самі ризики, які включаються в страховку, детально вказані в договорі. Зазвичай стандартний набір ризиків - це усе, що може вплинути на отримання врожаю, на стан культур (аж до повної їх загибелі). Серед основних ризиків - град, вогонь, заморозки, крижана кірка, вимерзання, земельно - селеві потоки, буря, ураган, зливи, паводки, надмірні опади, посуха, хвороби рослин, землетрус, зсув. Окрім погодних ризиків і тих, які пов'язані із здоров'ям рослин, можна застрахувати посіви і на випадок шкідництва з боку конкурентів або хуліганів. В цьому випадку варто окремо обговорити з компанією такий ризик як "протиправні дії третіх осіб".

Для того, щоб застрахувати культуру або врожай, сільськогосподарське підприємство повинно надати повний пакет документів страховій компанії. Пакет включає в себе додаток до декларації про намір укладення договору обов'язкової інвентаризації культур встановленого

зразка, сертифікат про середню врожайність за останні 3-5 років, карта чи типовий опис площ, технологічні карти вирощування культур.

За підсумком 9 міс. 2016 року загальна кількість функціонуючих страхових компаній в Україні склала 323 [7]. Станом на 01.10.2016 р. обсяг загальних активів страховиків становив 55,4 млрд. грн. Обсяг страхових резервів станом на 01.10.2016 р. складав 19,5 млрд. грн.

В складі сукупних страхових резервів страхових компаній України продовжують переважати банківські вклади 47% [7]. Розміщення страхових резервів переважно у вигляді банківських вкладів підвищує здатність страховиків розраховуватись за прийнятими зобов'язаннями зі страхування.

Здійснення послідовного втілення правових та економічних заходів, спрямованих на перетворення системи агрострахування в джерело майнового захисту, дозволить поліпшити страховий захист сільськогосподарських підприємств і стане підґрунтям для стабілізації сільськогосподарського виробництва та економічного зростання суб'єктів аграрного ринку в Україні.

Література.

1. Гудзь О.Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: Монографія / О.Є. Гудзь. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 578 с.
2. Деньги. Газета №19 (357).-12-25 октября 2017. (Електронний ресурс).-Режим доступу: <http://www.dengi.ua>.
3. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г.Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С.132-141.
4. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015. - Вип.161. - С. 227-232.
5. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: [монографія] / О.Г. Малій. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210 с.
6. Матеріали офіційного сайту Міністерства агрополітики і продовольства України (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>.
7. Матеріали офіційного сайту Національного рейтингового агентства «Рюрік» Аналітичний огляд банківської системи України за I півріччя 2015р. - Режим доступу: <http://www.rurik.com.ua>.



УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Колісник Ю. В., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О. В.

У сучасних умовах на ринку України застосування підприємствами тих чи інших моделей конкурентної поведінки є здебільшого інтуїтивне, без теоретичного підґрунтя та стратегічного аналізу. Тому ефективна діяльність вітчизняних підприємств неможлива без заходів з розробки та реалізації механізму управління конкурентоспроможністю, яка спрямована на підвищення, збереження та досягнення конкурентних переваг, забезпечення конкурентних позицій підприємств за рахунок їх потенціалу.

Конкуренція та конкурентоспроможність є необхідно головними елементами ринкового механізму та розкриває переваги ринкової економіки.

Основним завданням агропромислового комплексу є досягнення стійкого росту виробництва сільськогосподарської продукції, надійне забезпечення країни продуктами

харчування і сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей для отримання високих кінцевих результатів.

Формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств забезпечує підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки, а отже сприяє вирішенню проблем щодо забезпечення продовольчої безпеки країни.

Конкурентоспроможність агропромислового сектору є багатогранним поняттям, яке характеризує його здатність конкурувати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Вперше поняття «конкурентоспроможність» було введено наприкінці 1970-х рр. М. Портером. На його думку, конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин.

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств набагато складніше і трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна. На їх думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури.

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції – це сукупність їх споживних властивостей, яка характеризує їх відмінність від аналогічної продукції іншого товаровиробника за ступенем відповідності у задоволенні потреб споживачів до розміру, забарвлення, смакових та інших параметрів якості та вартості. Вона формується в процесі виробництва, зберігання, транспортування та товарної доробки продукції, а визначається на ринку в процесі її купівлі-продажу за допомогою цін [5, с.84]. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції залежить від системи: природних; організаційно-економічних; технологічних; маркетингових чинників.

Найважливішою особливістю сільськогосподарського виробництва є те, що частина продукції використовується в подальшому процесі відтворення як сировина, більшою мірою, це твердження відноситься до рослинницької продукції, оскільки всі кормові культури, значна частина зернових служать сировиною для тваринницької продукції. У той же час, значна частина продукції рослинництва продається без попередньої переробки, тобто є товаром для кінцевого споживача. Одночасно ця ж продукція може служити сировиною для переробної промисловості і надходити до кінцевого споживача в зміненому вигляді. Таким чином, після стадії виробництва рослинницька продукція проходить шлях від виробника до споживача по різних каналах. Це створює необхідність диференційованого підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції рослинництва [2, с. 205].

Зернова галузь є базою та джерелом сталого розвитку більшості галузей агропромислового комплексу та основою аграрного експорту. Вона є стратегічною галуззю економіки держави, її функціонування визначає обсяги, пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, зокрема продуктів переробки зерна і продукції тваринництва. А також формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій, формує валютні доходи держави за рахунок експорту. Таке становище збережеться, оскільки на світових продовольчих ринках спостерігається дефіцит зернової продукції.

На нашу думку для ефективного та конкурентоспроможного ведення зернового виробництва необхідним є: застосовування різноманітних методів і важелів управління процесами реорганізації; здійснення реструктуризації і сегментизації виробництва; інвестування фінансових, матеріально-технічних ресурсів у різноманітні виробництва; кооперування й інтегрування фінансових та матеріально-технічних зусиль як по горизонталі, так і по вертикалі.

Конкурентні переваги сільськогосподарської продукції можна охарактеризувати рівнем переваги низки параметрів: економічних: виробничі витрати, маркетингові витрати, ціна продукції; консументних: властивості продукції, якість послуг зі зберігання продукції, якість

фумігаційних послуг; нормативних: міжнародні стандарти, державні стандарти, вимоги споживачів; екологічних: екологічна чистота і безпека продукції; маркетингових: умови платежу та постачання, розвиненість систем міжнародного маркетингу та логістики тощо [1, с. 145].

Література.

1. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Балабанова Л. В., Холод В. В. – К.: “ВД Професіонал”, 2006. – 448 с.
2. Грозный И. С. Конкурентные преимущества промышленного предприятия: стратегия достижения в инновационном аспекте : [монография] / И. С. Грозный. – Донецк: Східний видавничий дім, 2008. – 328 с.
3. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
4. Минько Э. В. Качество и конкурентоспособность / Э. В. Минько, М. А. Кричевский. – СПб. : Питер, 2004. – 268 с.
5. Россоха В. В. Діагностика конкурентоспроможності продукції / В. В. Россоха, М. П. Канінський // Вісник НАУ. – К.: НАУ. – 2003. Вип. 62. – С. 84-89.



ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

***Конанихін І.Ю., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.

Впровадження інновацій дозволяє як окремим підприємствам так і країнам в цілому домогтися значної переваги на ринку та посилити свої конкурентні позиції. Саме інноваційний шлях розвитку підприємств в сучасних умовах може забезпечити стабільне економічне зростання. Це повністю відповідає галузі сільського господарства, яка останнім часом перетворилася у пріоритетну доходуотворюючу галузь національного господарства і всупереч фінансовим кризам впевнено демонструє зростаючу динаміку фінансових результатів [3]. При катастрофічних збитках в цілому по економіці України у 2014 і 2015 роках, тільки єдина галузь сільського господарства забезпечила прибуток 21млрд. і 103 млрд. гривень, а рівень рентабельності у сільському господарстві у 2015 році сягнув понад 40%.

Фахівці вважають, що такі результати діяльності підприємств агросфери певним чином забезпечені впровадженням інновацій і використанням новітніх технологій. Проте, переводу аграрного сектору на інноваційний шлях розвитку в нашій країні приділяється недостатньо уваги [3].

Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору досліджували відомі українські вчені Лупенко Ю.А., Мазнев Г.Є., Малік М.Й., Россоха В.В., Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г. та багато інших. Проте питання управління інноваційним розвитком підприємств агросфери потребують подальших досліджень.

Високі технології крок за кроком захоплюють сільськогосподарські виробництва. Не дивлячись на консерватизм, агровиробник розуміє, що зростання бізнесу можливо тільки за рахунок інтенсифікації і автоматизації виробництва, в тому числі – шляхом впровадження та залучення ІТ - розробок.

Головна перевага smart-технологій в тому, що вони дають реальний ефект, у грошах. Починаючи зі зростання урожайності до 30-40% і економії до 50-60% добрив і зниженням на 20-25% втрат продукції і скорочення на 10-20% непродуктивних витрат [1]. При цьому ІТ – рішення доступні не тільки для великих підприємств, але і для маленьких ферм. Адже починати можна з мінімальних вкладень на рівні 5-10 тис. дол. А вже після того як інвестиції почнуть приносити дохід, розвивати систему і збільшувати глибину автоматизації.

У рослинництві високі технології, як правило асоціюються з терміном «влучне землеробство», тому для цих аграріїв вже не перший рік використовують системи GPS –

моніторинга, встановлені на сільськогосподарській техніці. Задача проста: побудувати оптимальний шлях руху трактора або комбайну по полю, забезпечивши рівномірне орання, боронування, внесення добрив і засів. Це, в свою чергу дає економію пального, хімікатів, засівного матеріалу. Ну і звичайно покращує якість обробки ґрунту і знижує негативний вплив землеробства на ґрунт.

Введення ІТ – технологій дуже корисне і для тваринництва. Особливо враховуючи, що ця галузь сільського господарства неймовірно ресурсномістка і по багатьом параметрам більше ризикова, ніж рослинництво. Одна з основних задач оптимізувати раціон живлення тварин і знизити їх хворобливість. Smart – датчик допомагає контролювати температуру тварини, вагу, пульс, та інші індикатори стану здоров'я. Загалом автоматизувати і оптимізувати можливо не тільки годування, але і всі процеси пов'язані за доглядом тварин [1].

Розвинені країни активно використовують інновації в конкурентній боротьбі для досягнення лідуючих позицій. Україна ж тільки декларує важливість інновацій для подальшого розвитку. Так, за роки незалежності показник наукоємності валового внутрішнього продукту зазнав катастрофічного падіння – з рівня 1,8% у 1991 році до 0,66 у 2014 році. Цей показник у 3 рази менший ніж в середньому в країнах ЄС-28% і у 5 разів - ніж у Франції і Швеції. Внаслідок, хронічного недофінансування науки кількість працівників наукових організацій постійно знижується. Так, тільки за останні десять років скорочення науковців в Україні склало понад третину [3].

За останні п'ять років кількість інноваційно активних підприємств суттєво скоротилась. Так, якщо у 2010 році в країні було 1,2 тис. інноваційно активних агропідприємств, то у 2015 році їх залишилося всього 700 одиниць. Зменшилась також питома вага впроваджених інновацій з 20% до 14,9%. При збільшенні впроваджених нових технологічних процесів з 2,4 тис. до 3,1 тис. найменувань, кількість впроваджених інноваційних видів продукції скоротилась з 2,0 тис. до 1,2 тис. найменувань, що свідчить про неспроможність агроформувань здійснювати ефективну інноваційну діяльність [3].

Однією з причин цього є хронічна нестача коштів. Так, фінансування інноваційної діяльності, як і взагалі діяльності в цілому на переважній більшості сільськогосподарських підприємств здійснюється за рахунок власних коштів [2]. Але внаслідок збитковості аграрного сектору, обсяг сформованих власних засобів не задовольняє потреби у фінансових ресурсах. Значна частка у складі джерел фінансування припадає на кредиторську заборгованість, заробітну плату працівників, податкові платежі тощо [4].

Потенційні можливості доступу агровиробників до банківських кредитів обмежені і характеризуються високою вартістю кредитних ресурсів комерційних банків, відсутністю надійного забезпечення, неспроможністю позичальника виконати умови кредитного договору [5].

Світовий досвід свідчить про те, що ефективна інноваційна діяльність підприємств неможлива без суттєвої державної підтримки.

Встановлено також, що в більшості агроформувань не сформована система управління інноваційним розвитком підприємства, інновації носять стихійний випадковий характер [3].

Відтак, основними напрямками активізації інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств мають стати розробка комплексу заходів з боку держави і кредитно-банківської системи, спрямованих на розвиток системи взаємодії з аграрним сектором економіки: збільшення бюджетних асигнувань, раціональне використання бюджетних коштів, вдосконалення нормативно-правової бази, залучення коштів міжнародних фінансових організацій [6].

Література.

1. Деньги. Газета №19 (357).-12-25 октября 2017. (Електронний ресурс).-Режим доступу: <http://www.dengi.ua>.

2. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи: [монографія] / Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. – К.: ННЦ ІАЕ, 2014. – 516 с.

3. Мазнев Г.Є. Управління інноваційним розвитком аграрних підприємств / Г.Є. Мазнев // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2017. – №2. – С. 32-41.
4. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С. 132-141.
5. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015. – Вип.161. – С. 227-232.
6. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: Монографія / О.Г. Малій. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210с.
7. Федулова Л.І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №10. – С. 195-205.



ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коротов В.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н. Ряснянська А.М.

У сучасних умовах ринкової економіки головним фактором «виживання» виробничих підприємств є ефективна збутова політика та її цілеспрямований розвиток.

Виробничо-збутова діяльність характеризує виконання таких операцій як - вироблення продукції, доставка продукції споживачеві та надання послуг. Чітке управління даною діяльністю підприємства здійснює такий структурний підрозділ на підприємстві як маркетингова служба.

Управлінню збутовою діяльністю присвячено чимало наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних авторів, таких, як: Н. В. Головікіна [5], М. Портер [6], Г. В. Савицька [7], О. та інші.

Б. Райсберг та Л. Лозовський розуміють реалізацію, як продаж товарів чи послуг, можливо їх перепродаж, який супроводжується отриманням прибутку (виручки) [3, с. 34].

Для підвищення якості збутової діяльності, треба створити певну систему управління, яка буде реалізовувати цілі й стратегії збуту, відповідно потреб конкретного споживача. В такому сенсі маємо звернути увагу щодо підходу до управління збутовою діяльністю, пропонуємого О. Проволоцькою. Згідно з визначенням якої, управління збутовою діяльністю в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємств, який потрібен для формування та досягнення мети збуту [4, с. 6].

Маркетинг виробничо-збутової діяльності заснований на принципах організації виробництва тих товарів, які можливо потім продати на ринку та отримати за рахунок цього певний прибуток. Сама ж концепція маркетингу є динамічною: вона завжди зазнає змін, відповідно мінливостям на ринку. Маркетинг, в плані концепції управління виробничо-збутовою діяльністю, має ряд функцій, які властиві всім типам управління: планування, організацію, координацію, облік й контроль, тобто має на меті обґрунтування створення певних маркетингових стратегій й програм, створення структур в маркетингових службах, координацію їх роботи з іншими підрозділами, контроль та оцінку їх діяльності. [1]

Рентабельність фірми свідчить про її ефективну виробничо-збутову діяльність на основі мінімізації витрат та максимізації доходів виробництва.

Підприємства складаються з підрозділів, які можемо поділити на такі групи:

- 1) виробничі відділи, з питань випуску продукції;
- 2) функціональні відділи;
- 3) адміністративні відділи.

Існує дві основні форми управління підприємствами: централізована та децентралізована. Централізована має на меті управління з одного центру, жорстку координацію діяльності, відсутність самостійності. Такий вид використовують зазвичай невеликі компанії.

Децентралізована форма має на меті створення всередині фірми виробничих відділів, які мають повну господарську самостійність.

Структуру децентралізованої фірми формують: центральний апарат; виробничі відділи; центральні служби; контрольна і фінансова служби.

Збутова політика підприємства формується відповідно до мети та завдань збуту і має бути відповідною бізнес - концепції підприємства. Вона залежить від внутрішніх та зовнішніх умов, в яких працює підприємство, та побудована після проведення аналізу попиту і пропозицій. Через постійну зміну вимог споживачів, збутова політика повинна спрямовуватись щодо постійного оновлення асортименту товарів та підвищення якості продукції.

Показником відповідності темпів виробництва може слугувати коефіцієнт реалізації, що є співвідношенням обсягів реалізованої та виробленої продукції за певний період часу. Що ближче значення цього коефіцієнта до одиниці, і що стійкішою є така відповідність, то більш синхронною і ритмічною є діяльність виробничої та збутової систем підприємства. Невідповідність у темпах зміни різних показників виробництва й реалізації дає можливість виявити певні проблеми у діяльності окремих служб, а саме: – якщо темпи зростання валової продукції вищі за темпи зростання виробленої (товарної продукції), то це свідчить про зростання обсягів незавершеного виробництва; – якщо темпи зростання виробленої (товарної продукції) вищі за темпи зростання продукції, що реалізована, і це є ознакою зростання залишків нереалізованої або готової продукції в складах і сповільнення оборотності оборотних активів підприємства [8, с. 49].

Таким чином, під час формування стратегічних основ поведінки підприємства визначаємо ресурси, які використовуємо у виробничо-збутовій діяльності та економічно обґрунтовуємо їх величину за допомогою методів фінансового, а також технічного аналізу.

Отже, ефективне управління збутовою діяльністю підприємства - складний та багатогранний процес і він завжди вимагає аналізу та відповідно удосконалювання. Збільшення обсягів реалізації вимагає необхідності формування найновіших технологій та системи управління збутовою діяльністю.

Аналіз ефективності функціонування виробничо-збутової системи передбачає розрахунок показників у системі збуту, оцінку чинників, впливаючих на розбіжності планових й фактичних показників, вивчення збутових ризиків та можливостей підприємства.

Теоретичні засади та прикладні аспекти оцінювання ефективності збутової діяльності на підприємстві необхідні та досить важливі відповідно до позиції обґрунтування його перспективної збутової політики.

Література.

1. <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=5913> 25.10.2017, 17:55
2. http://pidruchniki.com/74397/ekonomika/zagalni_printsipy_organizatsiyi_upravlinnya_virobnicho-zbutovoyu_diyalnistyu_mizhnarodnih_korporatsiy 25.10.2017, 18:05
3. Головка, Н. В. Стимулювання збуту: теорія, практика і перспективи / Н. В. Головка // Маркетинг в Україні. – 2003. – №2. – С. 47-52
4. Загородна, О. М. Діагностування проблемних зон виробничо-збутової діяльності за ключовими індикаторами її оцінки / О. М. Загородна, І. В. Спільник // Проблеми та перспективи розвитку теорії і практики обліку, контролю, економічного аналізу і статистики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль, 5 грудня 2014 року. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – С. 48-50
5. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
6. Проволоцька, О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу: автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / О. М. Проволоцька. – К.: Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. – 20с

7. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник / Г. В. Савицька. – Київ : "Знання", 2007. – 668 с. - (Вища освіта ХХІ століття)
8. Хрупович, С. Є. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 3. – С. 34 – 38



МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кривоніс І.І., Онегіна О.С., Ушкалова Є.М., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

За сучасних умов функціонування аграрного ринку, а також враховуючи загальну економічну й політичну ситуацію в країні, особливо гостро постають питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, як у межах національного, так і на зовнішніх ринках. На нашу думку, в першу чергу, це стосується саме підприємств – виробників сільськогосподарської продукції, як важливих та основних учасників отриманого валового національного продукту держави.

Конкурентоспроможність підприємства в теорії є концентрованим проявом переваг над конкурентами з точки зору економічної, техніко-технологічної, організаційної, управлінської та інших видів діяльності підприємства. При цьому їх можна виміряти загальними економічними показниками (зниження виробничих витрат, отримання додаткового прибутку, підвищення рівня рентабельності, збільшення ринкової частки підприємства та обсягів продажів продукції тощо).

На жаль, на сьогоднішній день, говорити про високий рівень конкурентоспроможності в аграрному виробництві поки ще неможливо, що спричинено рядом як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів. Звичайно така теза стосується лише середніх та малих (за розмірами) підприємств. Однак слід також відзначити, що саме вони займають найбільшу частку у валовому виробництві сільського господарства.

Що стосується актуальності теми дослідження, то, на нашу думку, вітчизняні особливості провадження виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств вже нарешті дійшли до розуміння основних теорій ефективного функціонування, зокрема, теорії маркетингу.

Всі зазначені сфери виробничо-комерційної діяльності підприємства повністю змістовно пов'язані з провадження маркетингової діяльності. Якщо розглядати в теорії, то маркетинг в найпростішому розумінні являє собою управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства з метою не лише отримання прибутку, а й якнайповнішого задоволення потреб споживачів. Маркетингова діяльність на підприємстві базується на використанні основних чотирьох інструментів – товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик в комплексі.

Слід відзначити, що основні поняття, категорії, системи та комплекс маркетингової діяльності в теорії вже давно прописані для умов сільськогосподарського виробництва, однак наразі ще ні в одному аграрному підприємстві (знову ж таки не включаючи великі за розмірами підприємства – агрохолдинги тощо) не існує офіційної служби маркетингу. І більш того, хотілось би відмітити, що проведене анкетування керівників зазначених підприємств показує, що переважна більшість з них не передбачає впровадження маркетингу у свою діяльність і взагалі не розуміють сутності та особливостей даного виду діяльності. Як висновок, вони не вважають за необхідне використовувати можливості підвищення рівня конкурентоспроможності своїх підприємств та своєї продукції на основі застосування комплексу маркетингу.

На нашу думку, через пристосування основних інструментів маркетингу з теорії до практики сільськогосподарських підприємств можливо не лише підвищувати конкурентоспроможність зазначених підприємств, а й покращувати результати їх виробничо-

комерційної діяльності загалом. Тому що, в будь-якому разі, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [4].

Проведене дослідження діяльності окремих сільськогосподарських підприємств дало змогу узагальнити наступні положення. По-перше, керівники вважають, що у діяльності їх підприємств немає ніякого маркетингу і це їм зовсім не потрібно.

По-друге, вони лише в теорії знають про існування конкурентоспроможності, в деяких випадках про методи її визначення та шляхи підвищення, однак, знову ж таки, у своїй виробничій діяльності не приділяють цьому увагу.

І, по-третє, керівники наголошують на тому, що за сучасних умов функціонування основне і єдино важливе їх завдання – зосередження основної уваги на виробництві продукції та її ефективному збуті.

Саме за таких реалій, на нашу думку, поєднання теорії до проблем практики може бути ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на перспективу. Використовуючи зазначений підхід, ми, фактично, можемо і характеризувати конкурентоспроможність підприємства та його продукції через систему базових показників ефективності поточної діяльності, адже головним критерієм оцінки поведінки оператора ринку є результативність [5].

При цьому, слід також відмітити, що процес використання маркетингу в аграрних підприємствах відбувається у повному обсязі, але не розглядається в такому розрізі.

Зокрема, хотілось би звернути увагу, що на будь-якому підприємстві, в тому числі й сільськогосподарському, існує і товарна політика, і цінова, і комунікації або товаропросування, і звичайно ж політика розподілу або збуту продукції. Всі зазначені інструменти маркетингу належним чином функціонують, але лише як окремі елементи. Тому, ефективність їх використання буде значно більшою при застосуванні зазначених політик у комплексі, як єдине ціле. І якщо додати ще й аналіз об'єктового ринку, хоча б його основних показників, то все це, як система, і складатиме маркетингову діяльність і саме тоді сільськогосподарські підприємства зможуть стверджувати про маркетингову інноваційність їх функціонування.

Як приклад, проаналізуємо основні проблеми, пов'язані з маркетингом, на вітчизняному ринку зерна. В ході організації системи управління маркетингом зернової продукції виникає ряд проблем. Однією з таких проблем може стати старіння існуючої продукції, тобто поява на ринку зернової продукції з кращими якісними характеристиками, наприклад, вирощеної з поліпшених сортів, за поліпшеною технологією і т.п., що з часом може викликати спадання споживчого попиту на вже існуюче зерно.

Тому, наступними є проблеми широти, насиченості, глибини і гармонійності номенклатури продукції. Наприклад, вельми велика різноманітність номенклатури зернової продукції не завжди сприяє успіху, а навіть навпаки - може викликати розпорошення зусиль підприємства - виробника, привести до широкої конкуренції з іншими виробниками, яке, в свою чергу, призведе до виникнення складності в збутової діяльності.

Так, підприємствам - безпосереднім товаровиробникам необхідно враховувати і своєчасно вирішувати проблеми, які перед ними виникають з метою досягнення результату маркетингової діяльності підприємства - отримання максимально можливого прибутку з одночасним задоволенням потреб споживачів.

З усього вищесказаного можна зробити висновок, що хоча в наш час ще недостатньо широко розгорнута рекламна діяльність підприємств, в тому числі і організація системи управління маркетингом продукції, але стає зрозумілим, що без них господарювання в умовах ринкової економіки і ринкових відносин не може бути досить успішним.

Як концепція і система практичних дій, маркетинг і маркетингова діяльність взагалі - не тільки незамінний засіб розподілу і реалізації виробленої продукції, а й соціально-економічне явище, породжене потребами економічної системи, яка розвивається за об'єктивними законами.

Література.

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.

2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
7. Райзберг Б.А. Курс управления экономикой / Б.А. Райзберг. – СПб.: Питер, 2003. - 528с.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кулікова М.В., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н. Гіржева О.М.

В умовах гострої конкуренції доцільним, як показує практика, є формування ефективної структури управління. Ефективна структура управління підприємством повинна бути гнучкою, тобто терміново і за короткий час реагувати на зміни як на зовнішньому, так і внутрішньому ринках збуту продукції.

Економічна ситуація в нашій країні характеризується підвищенням впливу на діяльність підприємств з боку держави, інших компаній, конкурентів, тому виникає необхідність в оновленні організаційної поведінки підприємств, зокрема розвитку організаційної структури управління виробничими процесами.

Організаційна структура управління є одним із суттєвих організаційно-управлінських чинників, що зумовлюють стан внутрішнього середовища сучасного підприємства.

Організаційна структура - це перелік всіх відділів, служб і підрозділів апарату управління, системна їх організація, характер підзвітності один одному і головному органу управління, та також це набір координаційних і інформаційних зв'язків, розподіл функцій управління по різних рівнях і підрозділам.

Організаційна структура управління підприємством - одне із ключових понять в менеджменті. Воно тісно пов'язане із метою і цілями, задачами і функціями менеджерів і розподілом між ними повноважень.

Інакше кажучи, структура управління -це впорядкована сукупність стійко взаємозалежних елементів, що забезпечують функціонування й розвиток організації як єдиного цілого.

Організаційна структура управління визначається також як форма поділу й кооперації управлінської діяльності, у рамках якої здійснюється процес управління по відповідним функціям, спрямованих на вирішення поставлених задач і досягнення намічених цілей [1].

Організаційна структура повинна відповідати стратегічним цілям підприємства, забезпечити оперативну взаємодію з зовнішнім його середовищем, забезпечити якісне та своєчасне досягнення основних цілей підприємства.

Складність і різноманітність організаційних структур, умов та факторів, які їх визначають, зумовлюють також існування різноманітних методів їх удосконалення. Основними найбільш

відомими є такі методи, як експертний, порівняння аналогії, структуризації мети, організаційного моделювання та інші.

Вибір конкретного методу та проведення робіт пов'язаних із удосконаленням організаційної структури управління залежить від характеру проблем, що стоять перед підприємством, наявності ресурсів, кваліфікованих працівників.

Зміни організаційної структури управління повинні здійснюватися з урахуванням того, що вони забезпечать кращі умови для досягнення організацією своїх цілей, та підвищать ефективність управління нею.

На сьогодні, удосконалення системи і методів управління – це одна з найбільш важливих умов забезпечення життєдіяльності підприємства і його прибуткового функціонування.

Удосконалення організаційної структури повинно бути процесом безперервним. Це диктується як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, зокрема ринковими відносинами, умовами і розширенням міжгалузевих зв'язків всередині країни і міждержавних господарських контактів, розвитком спеціалізації та кооперування виробництва, розвитком науки і техніки.

Удосконалення організаційної структури передбачає вирішення всіх поточних питань, що стосуються виробництва, маркетингу, фінансів, персоналу та іншого на рівні цехів та виробництв, а рішення питань стратегічного характеру на рівні центрального апарату управління [3].

Розмір підприємства та його життєвий цикл відіграють важливу роль у розбудові організаційної структури підприємства.

Ефективність організаційної структури управління відображається в успішному та ефективному функціонуванні підприємства. Вона може бути досягнута за умови, що при її формуванні дотримуються таких вимог як, чітке формулювання мета підприємства та досягнення максимальної простоти структури. Чим простіше й чіткіше побудована структура, тим легше персоналу зрозуміти своє місце в ній, пристосуватися до даної форми управління.

У процесі удосконалення організаційної структури системи управління необхідно враховувати фактори, що впливають на її якість. До таких факторів слід віднести: цілі й завдання розвитку підприємства; склад і особливості функцій управління; обсяг і масштаби економічної та соціальної діяльності підприємства; ресурсні можливості управління підприємством; склад структурних підрозділів і тип діючої організаційної структури управління підприємства; специфіку економічного і соціального розвитку підприємства.

До основних принципів ефективного проведення організаційних змін на підприємстві:

- комплексний підхід, який передбачає те, що зміни в організаційній структурі управління необхідно проводити по всіх ланках керівництва підприємством, починаючи із самого вищого керівництва;

- розробка проекту зміни організаційної структури підприємства повинна базуватися на економічній стратегії підприємства;

- тісний взаємозв'язок організаційного проекту підприємства зі стратегічними планами підприємства у сфері виробництва, кадрового забезпечення, інноваційної діяльності тощо;

- зміни організаційної структури підприємства не завжди мають позитивні наслідки як психологічного, так і матеріального характеру для персоналу підприємства, тому необхідно приділяти увагу можливості своєчасного передбачення будь-якої реакції колективу на зміни, щоб мати можливість розробити заходи щодо її усунення через розкриття позитивних результатів для підприємства при їх реалізації;

- організаційні зміни структури управління супроводжуються необхідністю підвищення кваліфікації управлінських кадрів підприємства для створення умов їх відповідності нововведеним функціям, а також необхідністю розробки організаційних документів, що їх підтверджують.

З метою своєчасного виявлення на підприємстві резервів підвищення ефективності організаційних структур управління, що існують і успішно діють, необхідно систематично аналізувати функціонування всіх елементів структури підприємства. Обов'язково слід звертати увагу на рівень підтримання зв'язків між всіма ланками управління, чітке виконання кожною із них визначених поточних завдань, забезпечення необхідними ресурсами для досягнення

поточних та стратегічних цілей. В разі виявлення певних відхилень окремих ланок від поставлених цілей необхідно швидко вносити відповідні зміни в побудову структури управління.

Виходячи із сучасних вимог до організаційної структури, можна виокремити ряд основних властивостей, за допомогою яких можна успішно удосконалити існуючу організаційну структуру управління на підприємстві: оптимальність, оперативність, надійність, економічність, стабільність структури управління, гнучкість [5].

Отже, з метою вдосконалення організаційних структур підприємств в умовах нестабільної економічної ситуації можна запропонувати такі заходи:

1) чітко сформулювати мету, пріоритети розвитку, поточні та стратегічні цілі підприємства.

2) максимально спростити структуру управління (проте, це не означає максимальне її скорочення);

3) вдосконалення організаційної структури повинно відбуватись паралельно із розвитком підприємницької діяльності та із аналізом основних економічних показників діяльності підприємства.

Література.

1. Бондарчук Л.В. Удосконалення організаційної структури підприємства в системі ефективного менеджменту персоналу: [стаття] / Л.В. Бондарчук –Х.: ХГУ, 2008. – 4 с.
2. Христенко Л.М. Удосконалення оцінки ефективності управління підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економ. та управління під-ми” / Христенко Л.М. – К., 2008. – 20 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид. – К. : Вид-во КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Бобровник В.М. Теоретичні аспекти дослідження категорії «організаційна структура управління підприємством» [Текст] / В.М. Бобровник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – №2. – С. 166-170.
5. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства / В.І. Хомяков, І.В. Бакум. – К.: Кондор, 2007. – 400 с.



МОТИВАЦІЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

***Курган В.О., Романова Р.Р., Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка***

Науковий керівник – Калініченко С.М.

У сучасних умовах ринкової економіки та формування новітніх механізмів господарювання пріоритетом діяльності підприємств усіх галузей, зокрема і підприємств аграрного спрямування, стає вдосконалення управління діяльністю за рахунок активізації людського потенціалу.

Саме люди, їх прагнення до досягнення мети, навички, вміння, творчі здібності, культура та первинна система цінностей є основою ефективності будь-якої організації.

Не випадково сучасна теорія менеджменту, а також реальна світова практика успішних зарубіжних і вітчизняних підприємств свідчать про важливість і значущість "менеджменту людських ресурсів".

Тому, у сучасних реаліях, в умовах динамічних трансформацій та інновацій, управління персоналом головним чином впливає на ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств.

Враховуючи усе вище сказане, можна зазначити, що основною проблемою і завданням сучасного менеджменту є прийняття рішень, що сприяли б максимальному рівню реалізації потенціалу робітників, чого можна досягати за рахунок їх мотивації.

У системі менеджменту мотивація є важливою функцією, завданням якої є вивчення мотивів і особливостей поведінки персоналу [1]. Людина працює не лише для задоволення матеріальних потреб, але й для усебічного розвитку у соціальній, культурній, духовній сфері, тому і мотивація поділяється у відповідності на матеріальну та нематеріальну.

Звісно, заробітна плата у сільському господарстві є і ще тривалий час буде основним напрямом мотивування працівників, тому необхідно вміло і раціонально виділяти їй місце у загальній системі мотивації. Необхідно враховувати усі фактори при встановленні заробітної плати, в першу чергу те, що система оплати праці є досить складним процесом і не завжди твердження: «Чим більше коштів, тим краще мотивація», - правильні.

Велике значення у мотивуванні має надання робітникам самостійності, тобто свободи у вирішенні поставлених проблем. Отримання самостійності та прийняття на себе відповідальності є досить важливим фактором для працівників, які намагаються досягти успіху у кар'єрі. Саме на це звертається основна увага на сільськогосподарських підприємствах через необмежений доступ до вищого керівництва та повну самостійність у реалізації завдань.

Наступним мотивувальним аспектом у сільському господарстві є можливість виконання робіт, що потребують інноваційної діяльності. У процесі участі у проектах пов'язаних з інноваціями працівники виявляють креативність та неординарність у своїх ідеях.

Дуже важливим елементом нематеріального мотивування є доступ до інформації. На підприємствах, де інформація є доступною і зрозумілою, проходить безпосередньо через керівників, профспілкових представників у рамках зустрічей, нарад тощо, персонал більш відкритий і спрямований на активну роботу.

За сучасних умов застосовують наступні методи нематеріальної мотивації працівників: сприятливий режим робочого часу, надання додаткового вільного часу, підкреслення важливої ролі працівника, розподіл влади, нагородження різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, перерозподіл робочого часу, покращення умов праці, планування кар'єри [2].

Відмітимо, що кожен із перерахованих методів має відмінні форми застосування та різні ступені ефективності в вітчизняних реаліях.

Більшість підприємств, що існують на сьогоднішній день у розвинених країнах, взяли до уваги важливість деполаризації капіталу. Тому, усе частіше зустрічається практика «розподілу влади». Даний метод полягає в тому, що компанію перетворюють в акціонерне товариство, а працівники отримують частину акцій. Відповідно рівень лояльності працівників і якість їх роботи підвищується [3].

Достатньо ефективною буває практика нагородження працівників різного роду дипломами, призами, проведення різних стажувань тощо. В окремих випадках навіть словесна похвала мотивує працівника до підвищеної працездатності.

Створення сприятливого психологічного клімату в колективі є важливим елементом управління, який достатньо складно забезпечити, оскільки він стосується відносин між людьми з різними типами характеру. Західні фірми з такими питаннями часто звертаються до професіоналів – психологів і спеціалістів по консалтингу.

Звичайно, умови праці також є не лише потребою, але й мотивом, який стимулює працювати з певною віддачею. Ця проблема особливого значення набуває в сільськогосподарських підприємствах України, де умови праці зазвичай є не досить задовільними.

Відчутно підвищує ефективність праці, особливо у сільському господарстві, контакт керівництва із сім'ями співробітників, повідомлення їм про успіхи працівників, поздоровлення зі святами, вирішення побутових проблем[4].

Стабільність зайнятості, чітка перспектива зростання — безперечно, пріоритетні потреби й мотивувальні чинники трудової діяльності.

Також керівникам слід звернути увагу на такі види нематеріальної мотивації працівників, як:

- переведення працівника на більш високу, престижну посаду;
- надання йому більшої самостійності у прийнятті рішень;

- покладення на нього більш складних задач, проєктів;
- забезпечення йому кращих умов, покращення робочого місця тощо;
- надання працівникам знижок на продукцію, яку випускає підприємство;
- надання кредиту на придбання житла, авто тощо [5].

Таким чином, у сучасних умовах рівень мотивації сільськогосподарської праці порівняно з провідними країнами світу знаходиться не на найвищому рівні. Керівники дотепер використовують традиційні методи стимулювання праці, які не відповідають вимогам ринкової економіки. На нашу думку, основним завданням для сільськогосподарських підприємств на сьогодні залишається формування цілісного механізму правильного застосування матеріальних та нематеріальних форм мотивації, їх пристосування до особливостей кожного окремого працівника. Адже тільки комплексне та правильне застосування усього спектра мотиваційних методів може забезпечити максимальне підвищення продуктивності сільськогосподарської праці.

Література.

1. Дудко В.Н. Мотивация персонала как одна из формул успеха современных компаний / В.Н. Дудко, Р.К. Шайдуллоев // Вісник Хмельницького національного університету. — Сер.: Економічні науки. — Хмельницький, 2008. — № 2. — Т. 1. — С. 124—126.
2. Комарова Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы / Н. Комарова // Человек и труд. — 1997. — № 10. — С. 90—92.
3. Колот А.М. Мотивация персонала: підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 345 с.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — Вид. 2ге, [випр., доп.]. — К.: Видво "Академвидав", 2007. — 464 с.
5. Линдюк А.О. Сучасні проблеми мотивації сільськогосподарської праці / А.О. Линдюк, А.В. Нестерович // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка та менеджмент". — 2009. — Вип. 4 (35). — С. 20—26.



ІМІДЖ ТОП – МЕНЕДЖЕРА

**Курган В.О., Харківський національний технічний університет сільського господарства
ім. П. Василенка**

Науковий керівник – старший викладач Голованова Г.Є.

Імідж - це мистецтво управляти враженням.

Е. Гофман

Сучасний розвиток нашої держави характеризується функціонуванням різних організацій, діяльність яких визначається професіоналізмом топ-менеджера (керівника). Саме від рішення топ-менеджера залежить діяльність і процвітання всієї організації, тому кожний успішний топ-менеджер формує свій імідж, який дозволяє покращити репутацію організації та самого керівника.

Імідж топ-менеджера – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятим в організації і очікуванням, які вимагаються від ідеального лідера[1].

Імідж керівника багато в чому залежить від того, як сприймають його ділові партнери, підлегалі, конкуренти. Тому, топ-менеджер великої компанії, повинен чітко визначати цілі, бути готовим до активного спілкування, бути переконливим і ефективним в діях. Від іміджу та репутації керівника безпосередньо залежить імідж самої компанії, що в свою чергу позначається на її фінансовому становищі.

Імідж топ-менеджера може бути позитивним, негативним і нечітким (завуальованим). Топ-менеджер будь-якої організації, як правило, прагне до створення позитивного особистого іміджу, негативний спосіб є винятком з правила, так як в даному випадку клієнт буде сумніватися, чи варто віддавати свої гроші за товар або послугу, вироблені компанією, керівник якої має

негативний імідж. За інших рівних умов позитивний імідж топ-менеджера організації буде її конкурентною перевагою[2].

Для досягнення позитивного іміджу сучасний топ-менеджер повинен відповідати таким якостям:

- по-перше, – повинен виробити свій власний стиль. Його зовнішній вигляд повинен стати візитною карткою в діловому світі. Так як зовнішній вигляд топ-менеджера несе інформацію про його ділові та особисті якості партнерам і роботодавцям.

- по-друге, щоб підлеглі йшли за своїм лідером, він повинен розуміти своїх послідовників, а вони – розуміти навколишній світ і ситуацію, в якій опинилися. Оскільки і люди і ситуації постійно змінюються, топ-менеджер повинен бути достатньо “гнучким”, щоб пристосуватися до безперервних змін. Розуміння ситуації і знання того, як управляти людськими ресурсами - найважливіші компоненти ефективного керівництва [3].

- по-третє, вміти гарно говорити – “велике мистецтво”, яке потребує мобілізації мислення, пам’яті, великого словарного запасу, всієї духовної сфери та психологічної врівноваженості. Саме голос під час ділових контактів важливий так само, як зовнішність і манери поведінки. Це той інструмент, за допомогою якого доноситься повідомлення до клієнтів або ділових партнерів.

- по-четверте, вміння використовувати прийоми і техніку поведінки, які забезпечують найбільший успіх. До них відносяться: вміння створювати сприятливий психологічний клімат ділової бесіди або комерційних переговорів, аргументувати свої висловлювання, спростовувати докази опонента та вміло його вислуховувати [4].

В успішний імідж сучасного топ-менеджера входять: цілеспрямованість і відданість своїй справі; виражені лідерські якості; готовність ризикувати; сміливість у прийнятті рішень; вміння взяти відповідальність на себе; уміння делегувати повноваження та розподіляти обов’язки; націленість на позитивний результат; висока працездатність [5].

Для іміджу топ-менеджера важливо, як до нього ставляться оточуючі. Зважаючи на свої службові обов’язки топ-менеджер повинен вміти переконувати, захоплювати колектив тому дуже важливо навчитися знаходити потрібний тон в діловому спілкуванні, опановувати умінням віддавати розпорядження. Одне з основних комунікаційних умінь керівника – вміння конструктивно критикувати своїх колег і підлеглих, формуючи сприятливу психологічну атмосферу в колективі.

Розуміння основ формування іміджу та його вдосконалення дозволяє топ-менеджеру успішно здійснювати необхідну в управлінській діяльності стратегію поведінки, реалізовуватися і розвиватися як особистість в умовах професійної діяльності. Саме зовнішній вигляд, манера триматись на публіці, вміння встановлювати контакт, почуття впевненості і комфорту – це складові необхідного іміджу ділової людини. І чим привабливішим складається цей образ, тим вищим буде професіональний авторитет топ-менеджера і репутація фірми, яку він представляє.

Література.

1. Колоскова М. А. Внутренний имидж руководителя компании // Персонал Микс – 2001. – № 6.
2. Еропкин А.А. Имидж руководителя : // Эксмо, 2009. – 206 с.
3. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера: навч. посібник. // Л.І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
4. Дуднева Ю.Е. Імідж керівника як управлінська та соціально - психологічна категорія / Ю.Е.Дуднева, О.І. Кір’ян // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – №15. – 2012. – С .
5. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.



СКЛАДОВІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Лаптева А.І., Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка*

Науковий керівник – к.е.н. Гіржева О.М.

З розвитком ринкових відносин в Україні, збільшується і конкуренція на аграрному ринку, яка висуває підвищені вимоги до економічної поведінки сільськогосподарських підприємств.

Розгляд проблемних питань конкурентоспроможності займає одне з провідних місць в економічному аналізі різних видів підприємницької діяльності. Стабільне положення будь-якого підприємства на ринку продукції визначається рівнем його конкурентоспроможності, тобто здатності виробляти і збувати продукцію, яка за всіма характеристиками більш приваблива для споживачів, у порівнянні з продукцією їх конкурентів.

В нинішніх кризових умовах, де підвищується рівень ризику діяльності суб'єктів господарювання та виникає додаткова необхідність у адаптації до змінних ринкових умов. Найбільш актуальне це завдання для підприємств агропродовольчого сектору, яке особливо чутливе до впливу зовнішніх факторів, тому основним завданням є досягнення стійкого росту виробництва сільськогосподарської продукції.

Для суб'єктів підприємницької діяльності конкурентоспроможність – це забезпечення оптимального співвідношення між обсягами виробництва і реалізації продукції та його ресурсним потенціалом, платоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства [1].

Конкурентоспроможність у сільськогосподарському підприємстві має характерні властивості які пов'язані з:

- а) специфікою сільського господарства, як виду економічної діяльності;
- б) високим рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників;
- в) великою кількістю та різноманітністю виробників (підприємств).

Тому, для кожного виробника стає необхідним аналіз його конкурентоспроможності та розробка засобів щодо її підвищення [2].

Не менше важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємств є ефективне використання всіх його ресурсів, кваліфікацій персоналу, досягнень новітнього менеджменту, інноваційних, фінансових та інформаційних можливостей підприємства, що в сукупності являють собою його потенціал, який також повинен бути конкурентоспроможним.

Загалом, будь-які фактори конкурентоспроможності, можна розділити на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх належать: ефективність та кваліфікація використання персоналу підприємства; рівень його матеріально-технічного забезпечення; ефективність підприємницької стратегії; організація виробництва, тощо.

Важливим моментом для підвищення конкурентоспроможності підприємства є його ефективна стратегія, що забезпечує відповідність поставлених завдань організаційній структурі та можливостям їх реалізації.

З метою створення стратегії підприємства та забезпечення конкурентоспроможної продукції на підприємстві повинні застосовуватися маркетингові дослідження, що будуть аналізувати всі види діяльності та сфери маркетингу: товар, ринок, асортимент, канали збуту й розподілу, методи реалізації, реклама, стимулювання збуту.

Отже, метою маркетингової діяльності - є забезпечення конкурентоспроможної продукції через виявлення руйнівних чинників і приведення їх у дію.

Що стосується зовнішніх факторів, то велику роль у формуванні конкурентоспроможності виконують наступні: технологічний прорив; природно-кліматичні умови; винаходи; кон'юнктура ринку; конкурентне середовище; здатність деяких видів продукції швидко псуватися; нормативно-правові та патентні вимоги й стандарти; тощо.

Проте, вплив зовнішніх і внутрішніх факторів не забезпечує високу конкурентоспроможність вітчизняних сільськогосподарських підприємств, тому необхідне

комплексне вивчення кожного із них з метою виявлення сильних і слабких сторін окремого підприємства у кожному конкретному випадку [3].

Основною проблемою, яка перешкоджає підвищенню прибутковості, більшості аграрних виробників є недостатній рівень матеріально-технічного забезпечення, відсутність інформації про кон'юнктуру ринку, реальні ціни на деякі види продукції, що в свою чергу призводить до зменшення обсягів виробництва та реалізації продукції, і як наслідок з цього, втрати позицій на ринку. Наявні канали реалізації продукції не відбивають інтереси безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, що призводить до зниження їх доходів і погіршення фінансового стану[4].

З метою підвищення рівня ефективності виробництва сільськогосподарські підприємства повинні використовувати, насамперед, внутрішні можливості щодо забезпечення раціонального використання наявного виробничо-ресурсного потенціалу та проведення маркетингової діяльності.

Для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) підвищення ефективності використання наявного потенціалу підприємств;
- 2) зростання рівня мотивації персоналу сільськогосподарських підприємств як запорука підвищення ефективності та результативності праці;
- 3) оновлення матеріально-технічної бази виробників сільськогосподарської продукції у різних формах та на основі різних джерел фінансування;
- 4) впровадження ефективної підприємницької стратегії на основі удосконалення організації виробництва та впровадження концепції маркетингу;
- 5) підвищення ефективності державної підтримки та державного регулювання ризикового за своєю природою і водночас стратегічно важливого сільськогосподарського виробництва[5].

Література.

1. Заєць К.Д. Державне регулювання виробництва та проблеми підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / К.Д. Заєць // Науковий вісник БДФА. Серія: Економічні науки : зб.наук.праць / гол.ред. В.В. Прядко; Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці: Технодрук, 2009. – Вип. 4. – С. 190-195.
2. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
3. Месель-Веселяк В.Я. Напрями забезпечення конкурентоспроможності аграрного виробництва / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2009. – №10. – С. 7-14.
4. Кулешова Г.М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві / Г.М.Кулешова // Економіка АПК. – 2008. – №3. – С. 126-132.
5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.



ПОМИЛКОВЕ ПЕРЕРАХУВАННЯ КОШТІВ НА ПОТОЧНІ РАХУНКИ У БАНКУ

***Лимаренко А.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., доцент Поливана Л.А.***

Для зберігання коштів і здійснення всіх видів банківських операцій юридичним та фізичним особам відкривають в установах банків рахунки, що регулюється Законом України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III [1].

Всі платежі із рахунків підприємств і організацій здійснюють у порядку черги надходження в облік розрахункових документів, що регулюється діючим нормативними

документами, зокрема Законом України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001 № 2346-III [2].

Розрахунки між підприємствами і організаціями здійснюються, як правило, у безготівковій формі через банк, що визначено «Інструкцією про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті» від 21.01.2004 № 22 [3]. Саме рахунок 31 «Рахунки в банках» призначений для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках у банку, які можуть бути використані для поточних операцій. Він активний, балансовий, призначений для обліку грошових коштів і має такі субрахунки:

- 311 «Поточні рахунки в національній валюті»;
- 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»;
- 313 «Інші рахунки в банку в національній валюті»;
- 314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті»;
- 315 «Спеціальні рахунки в національній валюті»;
- 316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті».

Безготівкові розрахунки – це перерахування певної суми коштів з рахунків платників на рахунки отримувачів, а також перерахування банками за дорученням підприємств і фізичних осіб коштів, унесених ними готівкою в касу банку, на рахунки дотримувачів коштів.

Безготівкові розрахунки здійснюються за двома основними грошовими потоками. Це по-перше, надходження грошових коштів на рахунок; по-друге, витрачання коштів з рахунку. Безготівкові розрахунки між підприємствами, організаціями та установами всіх форм власності, підприємствами без створення юридичної особи і фізичними особами здійснюються у національній валюті України через банки шляхом перерахування коштів з рахунка платника на рахунок одержувача коштів. Кошти з рахунка клієнта списуються за розпорядженням його власника, крім випадків, у яких чинним законодавством передбачене безспірне стягування та безакцептне списання коштів.

Не дивлячись на добре налагоджену банківську систему, трапляються помилки, причиною яких є як людський фактор, так і технічний збій. Однією з частих проблем є помилкове перерахування коштів. На цій підставі, виникає низка питань, а саме: як повернути помилково отримані гроші? Чи обкладаються ці операції податками? Як відобразити надходження і повернення таких коштів у бухгалтерському обліку?

Помилковий переказ грошових коштів може виникнути як з вини банку, так і з вини суб'єкта господарювання. Порядок повернення грошових коштів залежить від того, хто винний у помилковому переказі.

Якщо чужі гроші зараховані на рахунок підприємства з вини банку, то згідно з п. 2.36 глави 2 Інструкції № 22 від 21.01.2004 [3] банк-порушник направляє повідомлення одержувачу таких грошових коштів, що є підтвердженням того, що платіж є помилковим. Це повідомлення банк вручає підприємству під розпис або надсилає рекомендованим листом. Неналежний одержувач зобов'язаний повернути їх протягом трьох робочих днів від дати надходження повідомлення від банку. При порушенні цього терміну з помилкового одержувача буде стягуватися пеня на користь банку в розмірі 0,1% суми за кожен день прострочення починаючи від дати завершення помилкового переказу до дня повернення коштів включно, але не більше 10% суми переказу [3].

Якщо чужі грошові кошти зараховані на рахунок підприємства з вини підприємства - платника, то згідно зі ст. 6 Указу № 227 від 16.03.1995 р. [4] таке підприємство зобов'язане повернути помилково зараховані на його рахунок гроші протягом 5 днів. Несвоєчасне повернення загрожує посадовим особам підприємства адміністративним штрафом у розмірі 2 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Не дивлячись на отримання коштів на поточний рахунок при помилковому зарахуванні, дохід одержувача не збільшується. Це пояснюється тим, що в Податковому кодексі України від 02.12.2010 № 2755-VI (далі – ПКУ) зазначається, що прибуток платника податку збільшується за рахунок операцій, що здійснюються відповідно до договорів купівлі-продажу, ціни та інших цивільно-правових договорів, які передбачають передачу прав власності на товари (роботи, послуги) [5]. Більш того, зазначені грошові кошти не належать підприємству, оскільки вони

призначені для іншої особи. І, як було зазначено вище, помилковий одержувач повинен обов'язково повернути їх у встановлені строки.

Податкові зобов'язання з ПДВ також не збільшуються. Згідно з ПКУ об'єктом обкладання цим податком є операції з:

- продажу товарів (робіт, послуг);
- ввезення (пересилання) товарів (отримання робіт, послуг) на митну територію України; вивезення (пересилання) товарів (виконання робіт, надання послуг) за кордон [5].

Отже, отримання грошових коштів помилково не можна співвіднести з жодною з перелічених операцій.

Це означає, що надходження і повернення помилково зарахованих грошових коштів у податковому обліку підприємства не відображається.

Облік розрахунків за операціями помилкового зарахування грошових коштів ведеться на субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» у кореспонденції з рахунком 31 «Рахунки в банках». Відображення цих операцій у бухгалтерському і податковому обліку виглядає так:

1. Відображено надходження грошових коштів (перерахованих помилково): Д-т 311, К-т 685.

2. Відображено повернення грошових коштів банку:
Д-т 685, К-т 311.

Окрім помилкових надходжень на розрахунковий рахунок, у ході діяльності можуть виникнути і помилкові перерахування податкових зобов'язань (пп. 14.1.182 ПКУ) [5]. Ці кошти можуть бути перераховані або не на той рахунок, або у неправильному розмірі.

Умови повернення помилково або неправильно сплачених грошових зобов'язань визначені ст. 43 ПКУ [5]. В ній зазначено, що такі суми підлягають поверненню платнику, крім випадків наявності податкового боргу платника. За наявності податкового боргу повернення помилково або неправильно сплаченої суми грошового зобов'язання проводиться після повного погашення даного податкового боргу платником податків.

Умовою для здійснення повернення сум грошового зобов'язання є подання платником заяви про таке повернення (крім повернення неправильно утриманих (сплачених) сум податку на доходи фізичних осіб, які розраховуються органом ДФС на підставі поданої платником податкової декларації за звітний календарний рік шляхом проведення перерахунку за загальним річним оподаткуванням доходом платника податку) протягом 1095 днів від дня виникнення помилково або неправильно сплаченої суми.

Платник податків подає заяву на повернення помилково або неправильно сплачених грошових зобов'язань у довільній формі, в якій зазначає спосіб перерахування коштів:

- на поточний рахунок платника податків в установі банку;
- на погашення грошового зобов'язання (податкового боргу) з інших платежів, контроль за справлянням яких покладено на контролюючі органи незалежно від виду бюджету;
- повернення готівковими коштами за чеком у разі відсутності у платника податків рахунка в банку.

Контролюючий орган не пізніше ніж за п'ять робочих днів до закінчення двадцятиденного строку з дня подання платником податків заяви готує висновок про повернення таких сум коштів з відповідного бюджету та подає його до виконання відповідному органу Держказначейства, який на підставі отриманого висновку протягом п'яти робочих днів здійснює повернення помилково сплачених грошових зобов'язань.

Окрім повернення коштів, п. 87.1 ПКУ передбачено, що за рахунок надміру сплачених сум платежу (без заяви платника) або за рахунок помилково або неправильно сплачених сум з інших платежів (на підставі заяви платника) до відповідних бюджетів можна сплатити грошові зобов'язання або погасити податковий борг [5].

Отже, безготівкові розрахунки зараз найзручніша та найефективніша форма розрахунків в Україні. З кожним днем банківська система удосконалюється, але ще далеко до ідеалу, тому часто трапляються помилки. Але саме такі збої допомагають зрозуміти слабкі місця в роботі з електронною валютою.

Література.

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (26.10.2017). — Назва з екрану.
2. Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.2001 р № 2346-III (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (26.10.2017). — Назва з екрану.
3. Інструкція «Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті», затверджена Постановою Правління Національного банку України від 21.01.2004 № 22 та зареєстрована в Міністерстві юстиції України 29.03.2004 р. за № 377/8976 (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0377-04> (26.10.2017). — Назва з екрану.
4. Указ Президента України від 16.03.1995 р. № 227/95 «Про заходи для нормалізації платіжної дисципліни в народному господарстві України» (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/227/95> (26.10.2017). — Назва з екрану.
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (із змінами та доповненнями) //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 13-14, № 15-16, № 17, ст.112 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (26.10.2017). — Назва з екрану.



РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВОГО РЫНКА

*Лю Хаолинъ, Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко
Научный руководитель – д.э.н., доцент Мандыч А.В.*

Основные аспекты организации маркетинговой деятельности предприятий довольно полно раскрыты в экономической литературе. Однако реализация маркетинговой деятельности в не меньшей степени зависит от осуществления управленческих процедур, с ней связанных. В отношении сырьевой продукции сельскохозяйственного происхождения, в том числе и зерна, большинство аспектов управления маркетингом являются недостаточно системно и глубоко проработанными в теоретическом, методологическом и практическом отношении. В настоящее время в Украине остается много нерешенных вопросов относительно определения объемов производства зерна, его качества, стоимости и т.п. Не менее важным является обоснование мероприятий, которые бы позволили существенно улучшить ситуацию в сфере продвижения произведенной продукции на рынок. К сожалению, практика функционирования рынка зерна последних лет свидетельствует о недостаточной эффективности функционирования существующей системы управления маркетингом, как на микро-, так и на макроуровне.

Ф. Котлер определяет управление маркетингом продукции как «анализ, планирование, превращение в жизнь и контроль за проведением мер, которые рассчитаны на установление, упрочение и поддержку выгодного обмена с целевыми потребителями ради достижения предприятиями поставленной цели, то есть получения прибыли, увеличения объемов производства и сбыта, увеличение доли рынка и т.п.». [3] Исходя из этого, основной задачей управления маркетингом продукции является влияние на уровень, время и характер спроса, таким образом, чтобы это помогло достижению поставленных перед предприятием целей.

По мнению А.В. Войчака, управление маркетингом продукции – это комплекс мероприятий по конкретному товару, который, в свою очередь, используется как основной инструмент производственно-сбытовой деятельности предприятия [1]. Согласно данному определению, основной задачей управления маркетингом является производство или создание такой продукции, чтобы другие элементы маркетинговой деятельности предприятия или были

не нужны вообще, или использовались минимально, как вспомогательные, для достижения поставленных целей предприятием.

Общая теория управления маркетингом продукции выделяет три последовательных этапа. Самым важным этапом маркетинговой товарной политики является разработка товаров, то есть создание новых товаров, которые дадут возможность предприятию осуществить прорыв на рынок, победить конкурентов, получить высокие доходы, или модифицирование старых, то есть изменение их свойств и характеристик, которое позволит усилить внимание к ним потенциальных потребителей и, таким образом, сохранить и расширить свой рынок, увеличить прибыль. В отношении зернопродуктового подкомплекса сущность данного этапа остается неизменной. Управление маркетингом зерновой продукции сельскохозяйственного предприятия, которое является непосредственным товаропроизводителем, должно начинаться с производства новой продукции по качественным и объемным параметрам, а также такой, которая пользуются большим спросом среди потенциальных потребителей, или модификации освоенной продукции, которая в данном случае представляет собой изменение определенных ее характеристик. В таком контексте при условии наличия вертикальной кооперации товаропроизводителя с предприятием, которое специализируется на хранении зерна, возможное на основе существующей продукции создания «новой», уже улучшенной за товарным качеством продукции – более пригодной к использованию конечным потребителем – перерабатывающим предприятием. Это, в свою очередь, может быть одним из вариантов достижения предприятием – товаропроизводителем цели своей деятельности – получение большей прибыли за счет уменьшения посреднического звена между товаропроизводителями и конечными потребителями.

Вторым этапом общего управления маркетингом продукции является обслуживание, которое представляет собой обеспечение постоянства соответствующих характеристик товара, уже введенного на рынок и который уже пользуется спросом среди потребителей. Основным в этой части управления маркетингом продукции является контроль по качеству продукции, своевременное информирование непосредственных производителей о необходимости улучшения ее качественных показателей, сохранение характеристик товаров в процессах распределения и сбыта. Этот этап также вписывается в особенности функционирования зернового подкомплекса. Основные задачи этого этапа довольно эффективно выполняются на больших предприятиях, которые занимаются одновременно производством, хранением, транспортировкой и очень часто переработкой зерна. В таких условиях очень легко проследить качественные характеристики продукции в ходе всех этапов ее продвижения и хранения от производства до переработки. Однако при существующей ситуации на зерновом рынке, когда очень малое количество предприятий специализируются на полном цикле производства и переработки продукции, полная реализация этого этапа управления маркетингом продукции не всегда становится возможным, очень часто каждый участник рынка занимается лишь одной из задач, поставленных этапом обслуживания [4, 5].

Например, непосредственный товаропроизводитель контролирует качество только произведенной продукции, то есть выращенного зерна, первый посредник (предприятие по хранению) контролирует качество хранения зерновой продукции, следующий посредник (предприятие по транспортировке) контролирует качество продукции во время транспортировки, еще один посредник (владелец складского помещения, где находится продукция перед транспортировкой к конечному потребителю – перерабатывающего предприятия) следит за качественными и количественными характеристиками зерна во время пребывания на складе и т.д.

Последний этап управления маркетингом продукции – элиминирование, то есть процесс снятия устаревшего продукта предприятия с товарного рынка. Основная задача этого этапа состоит в оптимизации товарной номенклатуры объектового рынка, что предполагает потребность в согласовании расходов предприятия на производство и реализацию товара, который все труднее находит потенциального потребителя, с доходами от его продажи, которые все еще имеются и возможны в будущем.

Относительно системы управления маркетингом зерновой продукции такой подход

также, хотя и с некоторыми организационными и технологическими осложнениями, но может быть приспособлен к зернопродуктовому подкомплексу. В основном этап элиминирования применяется при убывании потребительского спроса на конечную зерновую продукцию, в данном случае убывании спроса на отдельные виды круп и т.п., поэтому некоторые предприятия, которые занимаются возделыванием зерновых культур могут изменить состав выращиваемых культур, а конечные потребители зерновых как сырья – перерабатывающие предприятия – могут прекратить переработку этих культур, как таких, что не пользуются спросом. Реализация процедур элиминирования на зерновом рынке усложняется сезонным характером производства исходного сырья, существенными временными затратами в реагировании предприятий – производителей на изменения во вкусах потребителей продуктов переработки. Однако основной удельный вес на этом рынке имеют стандартные продуктовые объекты с прогнозируемыми объемами потребления, которое фактически в большинстве случаев устраняют необходимость в реализации указанных процедур.

В реализации мер управления маркетингом продукции нужно также уделить достаточное внимание управлению качеством и конкурентоспособностью продукции, потому что с точки зрения маркетинга продукция предприятия – это совокупность материальных и нематериальных характеристик и свойств, которые предлагаются потребителю для удовлетворения его нужд.

Литература.

1. Войчак А.В. Маркетинговый менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Основні фактори формування ринкової позиції зерновиробників / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 149. – Харків : ХНТУСГ, 2014. – С. 224-229.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
7. Менеджмент та маркетинг інновацій: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 616 с.
8. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.



ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Ляшенко А.Р., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.**

Прискорення і частота змін, що відбуваються у зовнішньому конкурентному середовищі, зростання диференціації потреб споживачів, посилення рівня конкурентної боротьби, інтернаціоналізація бізнесу, доступність сучасних технологій і наявність багатьох інших факторів призводять до зростання значення системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.

Наразі, наприклад, для сільськогосподарських підприємств існує велика кількість проблем, які виникають при створенні та забезпеченні належного рівня міжнародної

конкурентоспроможності при виході на світові ринки. Ці проблеми мають місце, в першу чергу, через відсутність необхідних кваліфікованих знань і навичок зі створення ефективної системи управління міжнародною конкурентоспроможністю зазначених підприємств. По-друге, питання розробки стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності аграрного виробництва України повинні проходити кілька етапів, розгляд яких, на нашу думку, є актуальною темою для дослідження.

Історичний досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [4, с. 161]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема.

Проведений аналіз праць вчених, які займалися дослідженням міжнародної конкурентоспроможності підприємств свідчить, що в сучасній науці наявна велика кількість наукових теорій та класифікацій, наприклад, за І. Ансоффом, П. Друкером, Ф. Котлером, М. Портером, А.-А. Томсоном, А.-Дж. Стріклендом, Г. Азоевим та багатьма іншими, проте жодна класифікація не є універсальною і має свої недоліки, а також не відображає повністю всієї глибини категорії, що досліджується.

Мета дослідження полягає у визначенні теоретичної сутності формування ефективної системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств на різних стадіях, визначення існуючої ситуації за рівнем конкурентоспроможності українських підприємств, проведення аналізу проблем при виході на міжнародні ринки, виявлення національних чинників, які позитивним чином впливають на формування міжнародної конкурентоспроможності, а також визначення перспектив розвитку формування конкурентних стратегій вітчизняних підприємств для ефективного функціонування на зовнішніх ринках.

Сучасне українське економічне середовище можна охарактеризувати посиленням динаміки протікання різних процесів, в тому числі і міжнародної конкурентної боротьби [2]. У таких умовах, в яких одночасно відбувається постійна зміна зовнішніх факторів і зростання внутрішніх ризиків виробничо-господарської діяльності, питання міжнародної конкурентоспроможності підприємств є актуальним.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це здатність створювати і реалізовувати продукцію (товари, роботи, послуги), цінові та нецінові якості якої більш привабливі, ніж у аналогів конкурентів на зовнішньому ринку [8].

Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств включає застосування певного комплексу обраних заходів, спрямованих на оперативне подолання негативних наслідків конкурентної боротьби і досягнення необхідного, вищого рівня конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Слід зазначити, що головною метою управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств є формування і забезпечення сталого розвитку підприємств в будь-яких економічних, соціальних і політичних умовах на зовнішньому ринку.

Система управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в теорії повинна включати наступне.

1. Моніторинг та проведення повного аналізу конкурентного середовища на міжнародному ринку. Це передбачає проведення досліджень головних чинників зовнішнього середовища об'єктового ринку для подальшого визначення загроз і можливостей підприємств, рівня інтенсивності конкуренції на ринку і т.д. При цьому аналіз повинен включати не тільки виявлення результатів діяльності кожного з конкурентів, але і детально ознайомитися з ринкового позиціонування всіх представлених конкурентів. На основі останнього для кожного підприємства можна виділити позитивну, негативну або нейтральну позицію, що в подальшому допоможе вибирати стратегії конкурентної поведінки для підприємств [5].

2. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств, його продукції (товарів, робіт або послуг) та основних виділених конкурентів на зовнішньому ринку. Така оцінка повинна полягати у визначенні головних ключових факторів успіху підприємства, його конкурентних переваг, які в перспективі повинні забезпечити йому успішне і ефективне функціонування,

забезпечити не тільки короткострокове, але і довгострокове випередження своїх конкурентів на зовнішньому ринку.

3. Визначення місії функціонування підприємств і стратегії формування системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств для виявлення причин ведення виробничо-господарської діяльності підприємств та їх напрямки розвитку.

4. Реалізація стратегії системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств повинна полягати у виборі засобів підприємства, якими воно здатне досягти поставлених цілей. Цей процес реалізації стратегії системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств складається з визначення поточних (оперативних) завдань, виконання раніше запланованих заходів, а також створення, підтримка і розвиток ринкових факторів успіху, конкурентних переваг та ключових компетенцій для окремих підприємств.

5. Оцінка і контроль результатів реалізації обраної стратегії системи управління конкурентоспроможністю підприємств на зовнішніх ринках. На цьому етапі підприємство обробляє отримані результати діяльності і проводить їх порівняння з поставленими стратегічними цілями. Також підприємство виявляє відхилення і проводить розробку коригувальних дій. Даний етап пов'язаний з повною оцінкою ефективності системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства в цілому.

Необхідність функціонування системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств можна охарактеризувати основними факторами, які впливають її рівень:

- державна політика країн світу в регулюванні конкуренції (проведення антимонопольної політики, регулювання імпорту та експорту продукції, стандартизація якості продукції і т.д.);
- можливість появи сильних конкурентів (рівень вхідного бар'єру);
- можливий вплив споживачів і постачальників на рівень інтенсивності конкуренції та інші фактори.

Кожен з етапів управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства передбачає виконання певного ряду задач, які стосуються змісту належного рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств на внутрішньому ринку. На нашу думку, особливо це стосується формування позитивної ринкової позиції сільськогосподарських підприємств [8].

Сьогоднішні реалії свідчать, що існує проблема зі створення, формування та забезпечення подальшого зростання рівня конкурентоспроможності підприємств в умовах виходу на міжнародні ринки. Так, наприклад, за останні 7 років Україна за рейтингом Global Competitiveness Report (Глобальний огляд конкурентоспроможності) знизилася з 72 на 82 місце за рейтингом міжнародної конкурентоспроможності, розрахований Світовим економічним форумом.

Слід також зазначити, що кожен з етапів формування системи управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства на зовнішньому ринку передбачає виконання певних завдань. Причому ефективність виконання поставлених завдань залежить від дії ряду факторів, до яких можна віднести перспективу появи підприємств-конкурентів, які будуть мати, наприклад, певні спеціалізовані знання в сфері управління. Також в зазначені фактори можна включити безпосередній вплив споживачів продукції і постачальників на рівень конкуренції тощо.

У процесі управління перед аграрними підприємствами виникає цілий ряд проблемних питань. Серед сучасних існуючих негативних моментів при управлінні міжнародною конкурентоспроможністю аграрних підприємств можна виділити кілька основних.

Однією з проблем є нестійка політична та економічна ситуація в державі, зокрема, недосконала політика щодо формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств. На жаль, на сьогоднішній день, лівова частка аграрних підприємств не в змозі виходити на світовий ринок зі своєю продукцією. Це пов'язано не тільки з вказаною проблемою, але через існуючого положення і диспаритетного формування каналів розподілу продукції, як на національному, так і

на регіональних ринках, а також через нерівномірне ринкового позиціонування виробників - аграріїв [6].

Другий слабкою ланкою в процесі організації і управління міжнародною конкурентоспроможністю для українських аграрних підприємств є недостатність інформаційного забезпечення. Зараз ці підприємства не мають належним чином зібраної і в повному обсязі оформленої інформації про стан функціонування даного об'єктового ринку не тільки на міжнародному рівні, а й на локальному. Тому вони не в змозі оперативно коригувати і адаптувати свою виробничо-комерційну діяльність відповідно до регулярних змін навколишнього середовища.

Також при організації управління міжнародною конкурентоспроможністю в агропромисловому виробництві залишається слабкий кадровий потенціал, слабе впровадження у виробництво результатів науково-технічних досліджень у порівнянні з конкурентами на зарубіжних ринках. На нашу думку, це не можливо для сільськогосподарських підприємств через недостатнє фінансове забезпечення.

Ще однією основною проблемою слід виділити відсутність конкурентних стратегій, які повинні бути орієнтовані на певні цільові групи споживачів. Такі стратегії повинні розроблятися не тільки на основі аналізу конкурентних переваг, а й з урахуванням існуючих виробничих потужностей і комерційних можливостей аграрних підприємств.

На нашу думку, вирішення зазначених проблемних питань в сучасних умовах функціонування вітчизняного аграрного ринку для більшої частини підприємств, які не є великими і могутніми трейдерами на міжнародних ринках, є поки неможливим. Але виконання таких змін можна вважати перспективним напрямком розвитку українського аграрного ринку.

Проблемні питання виходу українських аграрних підприємств на міжнародні ринки в сучасних умовах виникають досить жорстко. У той же час, на даному етапі розвитку світового ринку існують значні можливості для формування стабільної та ефективної зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств, можливо лише за умови створення дієздатного механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю зазначених підприємства.

Також, негативними моментами, які перешкоджають ефективній реалізації конкурентних переваг підприємств, є перш за все, техніко-технологічна застарілість вітчизняних компаній. У багатьох випадках українська продукція є неконкурентоспроможною через відсутність відповідних сертифікатів стандартів якості або через те, що використання наших систем оцінки якості товарів не відповідають загальноприйнятим міжнародним.

Одночасно Україна має досить вразливу експортну структуру з концентрацією в секторах, які зазвичай характеризуються функціонуванням переважно цінової конкуренції. Тому складні завойовані позиції на тих чи інших міжнародних сировинних ринках легко губляться через те, що конкуренти можуть запропонувати кращі цінові умови.

Отже, через те, що сучасний стан конкурентоспроможності більшості українських підприємств не дозволяє успішно конкурувати з іноземними фірмами необхідно в рамках загальнонаціональної програми сформулювати відповідний пакет заходів, спрямованих на фінансове, інвестиційно-інноваційний та інтелектуальне забезпечення необхідних змін в економіці. Це буде сприяти успішному входженню України на міжнародний ринок і досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

При вирішенні проблем ефективного управління міжнародною конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств слід враховувати основні фактори, які різними способами впливають на діяльність підприємств на міжнародних ринках. Зокрема, необхідно чітко визначитися з основними етапами формування зазначеної системи, а також оперативно вирішувати проблеми, що виникають при виробництві продукції, постійно проводити моніторинг ринку, координувати всі сфери діяльності, а також реалізовувати стратегії підприємства, які дозволили не тільки ефективно функціонувати, а й намагатися конкурувати з іншими на міжнародних ринках.

До основним національним факторів, що робить першочерговий вплив на існуючу модель конкурентоспроможності країни можна віднести наступні. По-перше, це природно-

ресурсний потенціал України, який належним чином сприяє розвитку таких галузей як хімічна і чорна металургія. По-друге, географічне положення нашої держави обумовлює розвиток не тільки експорту вітчизняних транспортних послуг, а й використання трансферу.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [пер.с англ.] / Котлер Ф.–М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», 1995. – 702 с.
4. Макконел К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконел, С.Л. Брю // Пер. с англ. 11 изд. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
7. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченка. - Київ: ЦНА, 2003. – 186 с.



СТРАТЕГІЯ, РОЗРОБКА ТА РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА.

Малєєва М.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., Гіржева О.М.

Належне створення суб'єкта господарювання, а в подальшому його розвиток та функціонування, потребує від нас детального планування, інструментом якого є процес бізнес-планування. Особливо, якщо планується започаткувати новий напрям, вид економічної діяльності або створити стратегічний підрозділ підприємства, отож, важливе значення має розробка бізнес-плану, як детального попереднього аналізу та прогнозу, які перспективи у нашого підприємницького проекту. Дуже важливим є бізнес-планування господарської діяльності на сучасному етапі економічного розвитку, адже існує потреба у впровадженні сучасних предметів планування, які будуть комплексні і детальні, для того, щоб забезпечити життєздатність та планову конкурентоспроможність підприємства.

Бізнес-план включає в себе практично всі напрями функціонування підприємства, (від описування деталей технології бізнес-проекту до розрахунків фінансової ефективності господарювання, які будуть обґрунтовані. Тому його розробка бізнес-плану в подальшій життєдіяльності підприємства сприяє тому, що значно підвищується ефективність і також знижуються ризики для започаткування нових напрямків підприємницької діяльності.

На сучасному етапі життя наша країна не вимагає розробки бізнес-плану підприємств, це не є обов'язковим. Результатом цього є те, що в нашій країні низька конкурентоспроможність бізнес-планів, через чисельну кількість помилок, неосвіченості в цій справі. І це, незважаючи на те, що ми прагнемо приєднатися до європейської спільноти.

Бізнес-план – це документ, який дозволяє нам управляти нашим бізнесом, тому він є важливою невід'ємною деталлю стратегічного планування і управління бізнесом.

Призначення бізнес-плану:

- дає можливість оцінити перспективи розвитку власного бізнесу, свої інноваційні можливості, сучасну економічну ситуації, визначити, що потрібно зробити, для того щоб

досягти бажаного результату у своїй діяльності, досягнення задуманих цілей (Цінним є саме те, що це буде формально у вигляді документа, все логічно оформлено, обґрунтовано і т.д.);

- аналізується, як змінюється ринок, сучасні тенденції економіки, складаються звіти, які прогнозують подальшу діяльність бізнес-проекту, проводиться порівняльний аналіз показників нашого бізнесу на даний час з запланованими, що дає нам змогу уникнути помилок у майбутньому, знайти та обмірковувати шляхи для їх усунення;

- досконале вивчення ринку збуту для майбутнього функціонування бізнесу, дає можливість уникнути ситуацій, коли наша продукція не буде користуватися попитом, виробляти тільки те, що потрібно покупцям;

- фінансова складова нашого підприємства, розрахунок витрат, які потрібні на вироблення, реалізацію продукції, для введення інновацій, позапланові витрати, співставити з цінами на ринку збуту для того щоб знати прибуткова наша бізнес-ідея чи ні;

- якщо склалася така ситуація, що не вистачає власних коштів для реалізації інноваційного проекту, бізнес-план дозволяє нам залучити кошти (інвестиції) або взяти кредит;

- являє собою елемент контролю та управління діяльністю підприємства.

Якщо ви збираєтесь вкладати кошти в інноваційний бізнес-проект, вам обов'язково потрібен бізнес-план. Користувачів бізнес-плану можна поділити на дві групи:

Зовнішні – це ті, які вкладають свої кошти в реалізацію інноваційного проекту, але не беруть участі у ньому;

Внутрішні - це ті, які вкладають свої кошти в реалізацію інноваційного проекту, а також беруть участь у ньому.

Звідси випливає, що бізнес-план має два напрямки:

Зовнішній – інформування інвесторів щодо переваг нашого проекту (маркетингових, організаційно-економічних, технічних, юридичних, фінансових та інших);

Внутрішній - це підготовлений план, інформативний проект реалізації нашого інноваційного проекту, який має оцінку результатів діяльності його реалізації на кожному етапі.

Критерії, яким повинен відповідати бізнес-план:

- корисність - інформація в бізнес-плані повинна бути не тільки повна, але й корисна. Не має бути зайвої інформації, щоб не заважати сприйняттю бізнес-ідеї;

- повнота - в бізнес-план повинні міститись всі необхідні розділи, які якомога повніше відображені у бізнес-ідеї, тобто містити найзмістовнішу інформацію, яка потрібна потенційному інвестору для того, щоб прийняти позитивне рішення, щодо інвестування нашого бізнес-проекту;

- реальність та достовірність - бізнес-план має містити в собі теперішню, достовірну інформацію, не припустимо навмисно викривляти параметри для підвищення привабливості бізнес-проекту;

- нейтральність - у бізнес-плані повинні бути максимально неупереджено відображені всі переваги і недоліки, особливості бізнес-ідеї;

- гнучкість - має постійно корегуватися бізнес-план (з якомога меншими трудовитратами), оскільки відбуваються постійні зміни у навколишньому середовищі;

- прозорість - бізнес-план має бути написаний об'єктивно, послідовно, аргументовано та логічно, аби бізнес-партнери чи потенційні інвестори могли легко прочитати, вникнути та прослідити обґрунтування його критеріїв, параметрів та висновків;

- зрозумілість - бізнес-план має бути написаний зрозумілою мовою, використовуючи прийняту термінологію – це одна із найважливіших вимог;

- контролювання - бізнес-план дозволяє відслідковувати, щоб були дотримані терміни виконання робіт, поставок, обсягів виробництва та реалізації, а також аби фактичні показники відповідали плановим (інструмент контролю), і все це за допомогою системи показників;

- наочність - використовувати графічне зображення для того, щоб наочно відобразити отримані результати;

- компактність і структурованість - оптимальний обсяг має бути не вище 35—50, а інформація має бути розділена та згрупована по розділам, без помилок і повторів.

Розглянувши основну інформацію про бізнес-планування, можна зробити висновок, що такий вид діяльності передбачає комплексний аналіз ситуації, постановку і досягнення цілей, розробку стратегій та узгоджених програмних дій, правильне розпорядження ресурсами відповідно до наших пріоритетів у розвитку економіки. Бізнес-планування грає головну роль в управлінні стратегією розвитку підприємства.

Отже, бізнес-план - це робочий активний предмет управління, початковий елемент усієї діяльності підприємства (планової та виконавчої). Він дає нам змогу виношувати аналіз, контроль та оцінку діяльності реалізації нашого бізнес-проекту, виявлення помилок, несправностей в плані та своєчасно змінювати та корегувати напрямки розвитку та подальшої діяльності бізнесу.

Література.

1. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. А. Лупак. – К.: Знання, 2013. – 173 с.
2. Алексеева М.М. Планування діяльності фірми: навч. метод. посібник / М.М. Алексеева. — К.: Фінанси і статистика, 2011. — 248 с.
3. Рябых Д. Бизнес-планирование на компьютере / Д. Рябых, Е. Захарова. — СПб: Питер, 2009. — 240 с.
4. Гетало В. П. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. — К.: Професіонал, 2008. — 240 с.
5. Черняк В.З. Бизнес-планирование: учебник / В.З. Черняк. — М.: КНОРУС, 2005. — 536 с.
6. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницького проекту/Ю. Смаковська // Формування ринкової економіки в Україні. — 2009. — №19. — С. 434—438.



ОСНОВИ ПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

***Марченко А.О., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

У сучасних умовах господарювання основними критеріями ефективного розвитку аграрних підприємств стають якість і швидкість впровадження нових систем та управлінських методів. Тому виникає потреба у використанні маркетингу інновацій, який, на сьогоднішній день, є одним з найважливіших важелів ефективності діяльності вітчизняних підприємств, адже дозволяє виявляти і контролювати ті фактори, які визначають умови тривалого виживання і розвитку на ринку [4, 5].

Під маркетингом інновацій слід розуміти діяльність, спрямовану на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів та технологій і їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів споживачів більш ефективним, ніж конкуренти, способом, отримання за рахунок цього прибутку та забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку [1].

Маркетинг інновацій, як один з компонентів маркетингової філософії ведення бізнесу, відіграє важливу роль у забезпеченні та підвищенні ефективності виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

З точки зору теорії, маркетинг інновацій можна визначити як окремий вид діяльності, який спрямовано на пошук нових сфер, розробку та оновлення існуючих способів використання потенціалу підприємств, а також виробництво продукції та створення технологій

їх просування на об'єктовому ринку з метою задоволення запитів та потреб споживачів більш ефективним способом, порівняно з основними конкурентами.

Це, в свою чергу, має також забезпечити отримання та максимізацію прибутку й забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства на ринку за рахунок зазначених заходів.

При цьому потрібно зауважити, що з практичного погляду конкретного інноватора – товаровиробника, маркетинг інновацій пов'язаний з орієнтацією виробництва і збуту інноваційної продукції на задоволення існуючих і, в більшості випадків, перспективних запитів споживачів, формування і стимулювання попиту на нові продукти. При цьому саме науково-дослідні розробки є втіленням досягнень науки і техніки в інноваційну продукцію, здатну задовольнити запити споживачів та принести прибуток їх розробнику і товаровиробнику.

З цього можна зробити висновки, що інноваційна діяльність передбачає проведення комплексу робіт, який складається з наступних:

- наукових, зокрема, маркетингових досліджень (в тому числі бізнес-аналізу, тобто розроблення й обґрунтування інноваційного проекту);
- розроблення і виготовлення інновацій;
- лабораторних і ринкових випробувань;
- просування інновацій на ринок.

При цьому роль маркетингу буде різною для різних варіантів інноваційного процесу – чи втягування інновації ринком, чи проітовхування інновації на ринок.

Природно, постає проблема розроблення принципово нових підходів до підготовки, управління й організації виробництва, організації постачання і збуту вітчизняних товаровиробників, які базуються на всебічному маркетинговому багатофакторному аналізі кон'юнктури ринку, прогнозуванні напрямків і темпів її розвитку, в тому числі під дією факторів НТП, для використання результатів аналізу в практичній діяльності. Метою такого аналізу є виявлення існуючих ринкових можливостей інноваційного розвитку, вибір оптимальних варіантів, з точки зору наявного потенціалу конкретного підприємства і зовнішніх умов, визначення цільових ділянок ринку (сегментів чи ніш) для реалізації обраних варіантів або ж формування нового цільового ринку.

Так, повний інструментарій маркетингу інновацій повинен бути покладений в основу діяльності аграрних підприємств, які вже стали на інноваційний шлях розвитку. Однак практика свідчить, що в більшості підприємствах застосовуються лише окремі інструменти маркетингу інновацій, і майже не спостерігається випадків, коли маркетинг інновацій розглядається як філософія ведення бізнесу.

Маркетинг інновацій є концепцією, згідно з якою аграрні підприємства мають безперервно вдосконалювати не лише свою продукцію, а й методи маркетингу, використовувати наукові розробки, впроваджувати організацію виробництва по інноваційним технологіям, проводити повне дослідження ринку, зокрема, з використанням елементів бенчмаркінгу, налагоджувати товаропросування, комунікаційну політику та здійснювати розробку інноваційних стратегій.

Маркетинг інновацій можна розглядати також з наступних позицій [1]:

- як аналітичний процес, який передбачає виявлення ринкових можливостей інноваційного розвитку аграрних підприємств;
- як засіб активного впливу на споживачів та цільовий ринок загалом, що пов'язаний з виведенням та просуванням інновації на ринок;
- як основну функцію інноваційного менеджменту, яка спрямована на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності підприємств аграрної сфери;
- як ринковий інструментарій орієнтації на інноваційний розвиток не лише окремих підприємств, а й національної економіки загалом.

Маркетинг інновацій включає стратегічну і оперативну складові. Основна мета стратегічного інноваційного маркетингу полягає в розробці стратегії проникнення нововведення на ринок. Тому в основу стратегічних маркетингових досліджень закладається аналіз

кон'юнктури ринку з наступним визначенням сегментів ринку, організацією і формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця.

На етапі оперативного маркетингу розробляються конкретні форми реалізації обраної інноваційної стратегії. Оперативний маркетинг націлений на максимізацію прибутку й обсягу продажів, підтримку іміджу підприємства, розширення частки ринку.

Маркетинг інновацій повинен бути зорієнтований на вирішення завдань планування інноваційної діяльності:

- вибір оптимальної стратегії підприємства;
- формування оптимального по номенклатурі та асортименту портфеля інновацій;
- структуризація цілей інноваційної діяльності;
- складання орієнтовного графіка виконання робіт із розроблення, виготовлення і просування на ринку товарних інновацій;
- формування організаційно-технічних і маркетингових заходів для забезпечення виконання плану;
- стимулювання виконання плану.

Традиційні інструменти маркетингу найчастіше є непридатними для розв'язання завдань маркетингу інновацій. Головною відмінністю маркетингу інновацій від традиційного маркетингу є те, що в даному випадку фахівці з маркетингу постійно зайняті пошуком нових шляхів задоволення існуючих потреб, або – пошуком нових чи прихованих потреб, і, відповідно, шляхів їх задоволення. Інновації в маркетингу за частотою впровадження випереджають всі інші інновації.

Це пов'язано з тим, що після того, як виробники зрозуміли важливість реалізації маркетингу на своїх підприємствах, вони почали шукати шляхи якомога кращого задоволення потреб споживачів і, відповідно, використовувати нові методи та інструменти маркетингу.

Отже, здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, укріплення ринкових позицій, підвищення ефективності функціонування, забезпечення умов тривалого виживання і розвитку.

Література.

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 162. – Харків : ХНТУСГ, 2015. – С. 229-234.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
7. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 623 с.
8. Менеджмент та маркетинг інновацій: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 616 с.



ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Матяш Г.Є., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.

Питання державної фінансової підтримки сільськогосподарського виробництва постійно знаходяться в центрі уваги багатьох дослідників. Однак незважаючи на виключну актуальність, немає загальновизнаної наукової парадигми державної фінансової підтримки сільського господарства в сучасних умовах.

Економічна теорія, що домінує, розглядає аграрну економіку як свою органічну складову. Вона виходить з того, що загальноекономічні закони та закономірності стосуються і повною мірою проявляються в сільському господарстві. Це поділяють і більшість відомих вітчизняних вчених: О. Гудзь, М.Дем'яненко, С. Кваша, П. Лайко, І. Лукінов, П. Саблук та інші. Разом з тим, вони звертають увагу на те, що в силу специфіки сільськогосподарського виробництва, теоретичні моделі в реальній практиці не мають достатньо надійної апроксимації [7].

Узагальнення літературних джерел дозволяє виділяти такі особливості діяльності сільськогосподарських підприємств які зумовлюють необхідність державної фінансової підтримки галузі.

Неможливість прискорення оборотності фінансових ресурсів. Тривалість виробничого циклу в сільському господарстві досить проблематично скоротити за допомогою технологічних, організаційних, економічних та інших заходів. У зв'язку з цим практично відсутня можливість отримання додаткового ефекту[1,7].

Висока залежність від природно-кліматичних умов та непередбачуваність результатів аграрного виробництва, що вимагає створення певного обсягу резервів і страхових запасів та імобілізації ресурсів на ці цілі [1,3,7].

Високий рівень конкуренції на ринку сільськогосподарської продукції, який обмежує можливості цінового впливу на формування фінансових ресурсів[7].

Наявність значного часового лага у здійсненні витрат та надходжень від реалізації продукції.

Неспівпадання в часі компенсації понесених на виробництво витрат за рахунок надходжень від реалізації продукції вимагає використання зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів[3,7].

Таким чином об'єктивні специфічні особливості сільськогосподарської діяльності зумовлюють необхідність її фінансової підтримки державою.

Сучасна система державної підтримки в Україні пройшла непростий еволюційний шлях.

Підтримка сільського господарства була першочерговим пріоритетом соціально-економічної політики СРСР з другої половини п'ятдесятих років минулого століття. У березні 1965 році розпочато реформу в сільському господарстві, важливою складовою якої було державне фінансування галузі. З цього моменту з державного бюджету почали виділятися значні обсяги коштів, частка яких у його видатках постійно зростала.

Основна частина бюджетних коштів використовувалась на субсидіювання продовольчих товарів та цін за реалізовану понад державний план сільськогосподарську продукцію. В останні роки існування СРСР дотації на основні продукти харчування становили 60-80 % їх роздрібної ціни. На ці цілі використовувалось майже третина видаткової частини бюджету.

Реформування державної підтримки сільськогосподарського виробництва почалось одразу ж після отримання Україною політичної та економічної незалежності. З переходом економіки країни до ринкових методів господарювання відбулися значні зміни в складі функцій, які раніше виконувала держава.

У сфері бюджетної підтримки значно скоротився обсяг та номенклатурна кількість видів технічних, матеріальних і енергетичних ресурсів промислового походження, що використовуються в сільськогосподарському виробництві, ціни на які дотувались державою.

Результатом недосконалої аграрної політики в 1991-1999 рр. стало наростання кризових явищ в АПК, втрата власних джерел фінансових ресурсів, скорочення обсягів державної фінансової підтримки, погіршення умов доступу до зовнішніх запозичень, руйнування основних елементів матеріально технічної бази підприємств галузі, падіння доходності та збільшення рівня збитковості, платіжна криза, досягнення банкрутного стану абсолютної більшості підприємств[7].

З 2000 р. почалися кількісні та якісні зміни в системі бюджетної підтримки а також у складі використовуваних форм і методів її реалізації.

Всі роки економічних реформ держава тією чи іншою мірою здійснювала заходи, спрямовані на підтримку сільськогосподарських товаровиробників[4]. Однак ресурсні можливості державного та місцевих бюджетів зумовили істотне зменшення обсягів бюджетних коштів, які виділялись на підтримку сільськогосподарського виробництва.

Згідно з проектом бюджету на 2018 рік, на програми стимулювання розвитку АПК у держбюджеті буде передбачено 6,4 млрд грн, тобто більше на 1 млрд грн ніж у 2017 році. Однак на здешевлення кредитів агроформуванням буде виділено лише 66 млн грн, що майже у 5 разів менше ніж у попередньому 2017 році (Табл. 1).

Держава обіцяє активно підтримувати аграрну сферу.

Затверджена концепція підтримки фермерських господарств і сільськогосподарських кооперативів. Дрібні фермери починаючи з 2018 року зможуть щорічно отримувати 1 млрд. грн. з державного бюджету. Міністерство АПК обіцяє домогтися розширення експертних квот при постачанні продукції АПК до ЄС[2].

Таблиця 1

Фінансування державних програм підтримки АПК в 2017-2018 роках. тис. грн.

№	Найменування	2017р.	2018р.	Зміни (+/-)
1	Фінансова підтримка заходів в АПК шляхом здешевлення кредитів	300000	66000	-234000
2	Фінансова підтримка заходів в АПК	60000	-	-60000
3	Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств і сільгосп. кооперації	-	100000	+100000
4	Державна підтримка розвитку, закладка молодих садів, виноградників і ягідників	75000		-75000
5	Надання кредитів фермерським господарствам	65000	65000	0
6	Фінансова підтримка заходів в АПК на умовах фінансового лізингу	3818,4	3818,4	0
7	Державна підтримка тваринництва в т.ч на:	170000	2300000	+2130000
	частину компенсації вартості будівництва твар. ферм та комплексів.	-	2000000	+2000000
	Відсотків по кредитам на це будівництво	-		
	племінних і високопродуктивних тварин	-	300000	+300000
8	Фінансова підтримка сільгоспвиробника, в т.ч. на:	4774300	2945000	-1829300
	квазіаккумуляція ПДВ	4000000	2000000	-2000000
	здешевлення сільгосптехніки	550000	945000	+395000
	інші бюджетні програми	224300	-	-224300
	Разом	5448118	6379818	+931700

Згідно проекту державного бюджету на 2018 рік

Проведений аналіз існуючої системи державної фінансової підтримки сільськогосподарського виробництва свідчить про необхідність її подальшого удосконалення. Основними напрямками в цій сфері мають бути:

Встановлення пріоритетів державної фінансової підтримки.

Законодавче встановлення критеріїв розподілу бюджетних коштів та процедур їх виділення і розподілу[6].

Запровадження обов'язкового оприлюднення та інформування щодо суб'єктів отримання, напрямків використання, результатів оцінки ефективності використання бюджетних коштів[5].

Орієнтація бюджетної підтримки на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, стимулювання інноваційного розвитку, техніко-технологічного переоснащення сільськогосподарських підприємств.

Література.

1. Гудзь О.Є. Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств: Монографія / О.Є. Гудзь. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 578с.
2. Деньги. Газета №19 (357).-12-25 октябрю 2017. (Електронний ресурс).-Режим доступу: <http://www.dengi.ua>.
3. Дем'яненко М. Я. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України /М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК. - 2014. - № 11 - С. 5
4. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С. 132-141.
5. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015.- Вип.161. - С. 227-232.
6. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: Монографія / О.Г. Малій. - Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210с.
7. Стецюк П.А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: Монографія / П.А. Стецюк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 370с.



ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Матяш Г.Є., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник - к.е.н., доцент Поливана Л.А.

Основні засоби є основною складовою матеріально-технічної бази підприємств, а тому проведення аудиту даних активів - надзвичайно важливе і складне завдання.

Згідно з П (С)БО № 7 основні засоби — це матеріальні необоротні активи, які підприємство утримує з метою використання у процесі виробництва, реалізації або для здачі в оренду, очікуваний строк корисного використання яких більше одного року[1].

Мета аудиту полягає у висловленні аудитором незалежної професійної думки щодо правильності відображення у звітності підприємства інформації щодо основних засобів.

Виходячи з мети, основними завданнями аудиту основних засобів є:

- контроль за дотриманням чинного законодавства щодо операцій з основними засобами;
- перевірка правильності документального оформлення матеріальних операцій, пов'язаних з рухом основних засобів;
- перевірка правильності визнання, класифікації та оцінки необоротних активів;
- перевірка фактичної наявності і стану основних засобів; - перевірка правильності нарахування амортизації;
- виявлення фактів неефективного використання основних засобів, реалізації їх за заниженою ціною, заниження оцінки, необґрунтованого списання;
- оцінка придатності наявних основних засобів для експлуатації;

- перевірка правильності визначення фінансових результатів від реалізації основних засобів;
- перевірка відображення в обліку результатів надзвичайних подій, пов'язаних з основними засобами;
- перевірка правильності проведення Індексації, переоцінки основних засобів;
- перевірка операцій з орендованими і переданими в оренду основними засобами;
- встановлення джерел фінансування відтворення основних засобів;
- перевірка правильності списання недоамортизованої частини основних засобів під час їх ліквідації;
- аналіз показників використання основних засобів.

З метою оцінки ефективності контролю основних засобів аудитор з'ясовує питання, що пов'язані із: зміною методів нарахування амортизації основних засобів протягом поточного періоду; нарахуванням амортизації основних засобів на період перебування об'єкта на реконструкції, модернізації, добудові, дообладнанні, консервації; наявністю у складі основних засобів повністю зношених основних засобів; наявністю у складі основних засобів, щодо яких існують судові позови; наявністю у складі основних засобів, які передані під заставу та інші питання, зумовлені завданнями аудиту.

Основними методами, які використовуються при аудиті основних засобів, є опитування, фізична перевірка, порівняння, перерахунок, документальна перевірка, вибіркове дослідження. Оскільки перевірка аудитором обліку основних засобів є процесом досить трудомістким, потребує обробки великої кількості інформації, аудитор може застосовувати вибіркове дослідження основних засобів при прийнятному рівні аудиторського ризику [4]. Аудитору необхідно з'ясувати склад і структуру основних засобів, що є в наявності у підприємства. Для цього аудитор повинен вимагати від керівництва повний список основних засобів, в який необхідно включити такі показники: найменування об'єкта, дату придбання, коротку характеристику, балансову вартість, норму амортизації, суму нарахованої амортизації. Вибір методики аудиторської перевірки залежить від поставлених цілей. Проведення аудиту основних засобів передбачає застосування ряду методичних прийомів.

У ході перевірки складу і структури основних засобів слід знати, що до них належать: будинки, споруди, обладнання, робітники і силові машини, інструмент, виробничий і господарський інвентар та інші основні засоби [5, с. 90]. В першу чергу, необхідно перевірити, як ведеться аналітичний облік основних засобів, що організовується за окремими об'єктами, кожному з яких присвоюється інвентарний номер на весь період його експлуатації. Уже пооб'єктний облік ведеться в інвентарних картках або книгах.

Ефективність діяльності підприємства залежить від правильної організації обліку та аудиту, що дає змогу точно, достовірно і своєчасно відображати в обліку всі господарські операції з метою їх впливу на виробничо-господарську діяльність підприємства та оперативного втручання в разі виявлення недоліків. Тому визначальним фактором організації бухгалтерського обліку підприємства є перевірка правильності оцінки основних засобів. Невід'ємною частиною загального аудиту підприємства є здійснення аудиторської перевірки основних засобів, оскільки це впливає на фінансові результати діяльності суб'єктів господарювання. При проведенні аудиту основних засобів, аудитор повинен керуватися у своїй діяльності інформаційними джерелами (документами) та методами, які дають йому змогу отримати інформацію про достовірність відображення в обліку та звітності операцій з основними засобами на підприємстві. Важливим аспектом в аудиті основних засобів є своєчасність і правильність нарахування амортизації. Таким чином, проведення аудиту основних засобів дозволяє встановити їхній наявний та кількісний стан, відображення в обліку, витрати на ремонт і покращення, правильність нарахування амортизації та усунення їхніх недоліків, що дасть змогу досягнути високого рівня якісних характеристик фінансової звітності підприємства.

Література.

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>

2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. / В.Г. Андрійчук // 2-е вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ. 2002. – 624 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/132/39/>

3. Бондар О. Проблеми визнання основних засобів у бухгалтерському та податковому обліку / О. Бондар // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. – № 3. – С. 23–27.

4. Петрик О.А. Аудит оцінки вартості основних засобів / О.А. Петрик, І.О. Мариніч // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – № 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/7010/1/ Петрик Мариніч Аудит вартості ОЗ повн..pdf](http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/7010/1/Петрик%20Мариніч%20Аудит%20вартості%20ОЗ%20повн..pdf)

5. Хричікова М.О. Особливості аудиту основних засобів на підприємстві / М.О. Хричікова // «Управління розвитком». – 2014. – № 12 (175) – С. 89-91.



СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ

**Мензяк К.О., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Малій О.Г.

Аналіз кредитного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників, свідчить про те, що вони в основному працюють за рахунок власних ресурсів, які нині є недостатніми для самофінансування. Обмеженість власних коштів змушує аграрні підприємства сподіватися на підтримку з боку держави й зумовлює необхідність розвивати як банківські, так і партнерські форми кредитування.

Проблеми забезпеченості фінансовими ресурсами вирішували такі науковці, як М.Дем'яненко, О.Малій, П.Саблук, П.Стецюк та багато інших. Поряд з тим, питання фінансово-кредитного забезпечення виробничої та інвестиційної діяльності підприємств залишаються актуальними.

Сільське господарство є кредитомісткою галуззю і її нормальне функціонування без кредитних ресурсів практично неможливе. Це зумовлено специфікою сільського господарства: нестачею вільних фінансових коштів; сезонністю виробництва; значною тривалістю виробничого циклу; залежністю від природно-кліматичних умов.

Лідерами у кредитуванні аграрного виробництва у 2016-2017 роках були такі банки, як Приватбанк, Ощадбанк, Укрексімбанк, Промінвестбанк, Райффайзен Банк Аваль, Креді Агріколь Банк, УкрСиббанк, ПУМБ, UniCredit Bank.

Аналіз кредитного забезпечення показує, що з 2012 по 2015 рік обсяги кредитування зменшились з 13,5 до 9,4 млрд. грн. і наблизились до рівня 2010 року. Проте у 2016 році намітився приріст по галузі близько 16% [8].

У отриманні пільгових кредитів, у 2012-2015 роках частка пільгових кредитів зменшилась з 10 до 2,7% від загального обсягу наданих кредитів. Кількість підприємств, які скористалися програмами, зменшилась до 630 підприємств у 2015 році [7].

При кредитуванні суттєве значення має розмір процентної ставки. Середні процентні ставки по кредитах, наданих сільськогосподарським підприємствам становили 24-26% у 2015-му та 18-24% у 2016 – му році. [8].

Агропідприємства залучають кредити на поповнення оборотних коштів, з тим щоб профінансувати польові роботи, збір врожаю, закупівлю посадкового матеріалу, засобів захисту рослин, мінеральних добрив. Такі кредити надаються банками у вигляді відновлювальних або невідновлювальних кредитних ліній на 1-3 роки. Відсоткові ставки за кредитами на поповнення оборотних коштів у 2016 році складали 18-24% річних.

Банки також пропонують агрокомпаніям короткострокові кредити – овердрафти. Відсоткові ставки по таким кредитам – 21-25% річних у гривні та біля 7,5-14% у доларах та євро. Проте, враховуючи специфіку більшості сільгоспвиробників, які комбінують рослинництво з

тваринництвом, стикаються з сезонністю виробництва і потребують фінансування на початку весни та восени, при основній реалізації у осінньо-зимовий період, овердрафти з необхідністю щомісячного погашення заборгованості не є зручним видом фінансування для агробізнесу.

Восени 2016 року банки та лізингові компанії пропонували аграріям програми фінансування купівлі нової сільгосптехніки – тракторів, комбайнів, причепів, сіялок, вантажних автомобілів. Ставки по кредитах на сільгосптехніку на сьогодні становлять від 17 до 22 % річних [2]. З березня 2017 року ставки по кредитах на техніку знижені на 2-3 відсоткових пункти. Придбати с/г техніку в кредит можна на строк до п'яти років, при цьому розмір мінімального власного внеску, зазвичай встановлюється в розмірі 20-30% вартості техніки.

Більш вигідними на сьогодні умовами кредиту на купівлю агротехніки є спеціальні партнерські програми з імпортерами та виробниками. В 2017 році багато банків розширили коло партнерів-постачальників техніки і транспорту. Тому вибір кредитних програм зі зменшеною процентною ставкою в жовтні 2017, дійсно величезний. Так, Ощадбанк кредитує купівлю техніки таких марок як John Deere, Lemken, Maschio Gaspardo, Fantini та інші. Райффайзен Банк Аваль надає кредити на продукцію провідних компаній – виробників с/г техніки: Case, New Holland, John Deere, Lemken, Gaspardo, Massey Ferguson. Даний банк пропонує спеціальну програму з купівлі посівного комплексу Kuhn ESPRO 6000R. Ставка прив'язана до терміну: при виплаті протягом року - 6,6% річних, а при п'ятирічній позиції - 12,7% річних.

ПроКредитБанк пропонує програму з купівлі техніки Horsch, Fendt, Capello. Власний внесок – від 0% до 50%. Якщо внесок 50%, а строк кредиту – 1 рік, то ставка – 9,25% річних. Якщо ж скористатися нульовим внеском та виплачувати позику 5 років, то ставка – 13,75% річних.

Скористатися партнерськими програмами з дилерами техніки та обладнання можливо і у таких банках: Мегабанк, Креді Агріколь Банк, Укрексімбанк, Кредобанк, Укргазбанк.

Свої партнерські програми є у лізингових компаній. Фінансують купівлю аграріями сільгосптехніки компанії ОТП Лізинг, УЛФ-Фінанс, Ексімлізинг та інші.

Вимоги лізингодавців до клієнтів набагато лояльніші, ніж в банках, що передбачає менший пакет документів для подачі заявки і менший термін розгляду (5-7 робочих днів проти 14-30 робочих днів в банку). Зазвичай власний внесок – 15-30%, а строк лізингу – 4-5 років.

Отримати кредит можна також за допомогою авалювання векселів. Такі боргові папери випускаються банком під контракт аграрія з постачальником, наприклад мінеральних добрив. Постачальник отримує від банку всю суму відразу, аграрій розраховується з банком через визначений термін, це може бути 3, 6, 9 або 12 місяців. Таке фінансування набагато дешевше інших видів кредитів. В основному комісія за авалювання векселів складає 1,5-5% річних.

Таким чином потенційні можливості доступу агровиробників до банківських кредитів визначаються наступними чинниками – вартістю кредитних ресурсів комерційних банків, спроможністю позичальника повернути основну суму боргу і відсотки за користування ним, а також виконати умови кредитного договору.

Вартість кредитних ресурсів для сільськогосподарських товаровиробників сьогодні є більшою, ніж для суб'єктів інших видів діяльності [5].

Фінансова нестабільність і збитковість багатьох сільськогосподарських підприємств, низька кредитоспроможність підприємств галузі також перешкоджають розвитку кредитних відносин, адже банки бажають бачити в позичальниках лише прибуткових клієнтів [4].

Відсутність ліквідної застави також обмежує доступ підприємств галузі до банківських кредитів. Відомо, що у загальній вартості майна сільськогосподарських підприємств, яке може бути використане як застава за кредитом, переважну частину якого становлять основні засоби, які є неліквідними через високий рівень (70-80%) зносу та моральну застарілість [6].

Державна підтримка сільськогосподарського виробництва є пріоритетним напрямом її аграрної політики. Так, якщо у 2005-2008 роках частка пільгових кредитів становила 73-75% у їх загальному обсязі, то починаючи з 2009 року вона поступово зменшувалась і склала у 2015 році лише 2,7% [3]. Кількість підприємств, отримавших пільгові кредити за період з 2005 по 2015 рік скоротилася у півтора десятки разів.

Відтак, основними напрямками стабілізації механізму кредитування сільськогосподарських підприємств мають стати розробка комплексу заходів з боку держави і банківської системи, спрямованих на розвиток системи взаємодії з аграрним сектором економіки: збільшення бюджетних асигнувань, раціональне використання бюджетних коштів, зниження процентних ставок.

Література.

1. Дем'яненко М. Я. Кредитний фактор сталого розвитку аграрного сектору України /М.Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2014. – № 11 – С. 5
2. Деньги. Газета №19 (357).-12-25 октябрю 2017. (Електронний ресурс).-Режим доступу: <http://www.dengi.ua>.
3. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г.Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С.132-141.
4. Малій О.Г. Лізингове кредитування: стан та перспективи для аграрної сфери / О.Г.Малій // Облік і фінанси АПК. 2006. №7 – С. 94-103.
5. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015. - Вип.161. - С. 227-232.
6. Малій О.Г. Фінансово-кредитні відносини в АПК: [монографія] / О.Г. Малій. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – 210 с.
7. Матеріали офіційного сайту Міністерства агрополітики і продовольства України (Електронний ресурс). – Режим доступу: [http:// minagro.gov.ua](http://minagro.gov.ua).
8. Матеріали офіційного сайту Національного банку України (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.



ESSENCE STIMULATION OF LABOR AS AN ECONOMIC CATEGORY

Morgun I.O., Oberemok V.V., Kharkiv Petro Vasilenko National Technical University of Agriculture

Head: PhD in Economics Zaika S.O.

The development of the market mechanism of management necessitates the adaptation of all aspects of production activity to the changed conditions of management, the most important of which is the transition to effective methods of personnel management, which ensures the activation of labor activity and the growth of labor productivity. The determinant factor in inducing a person to work is the incentive system set up at the enterprise. Considering that the economic mechanism represents a set of methods and forms of management, this aggregate should include a system of incentives for labor, which is in the interests of the owner of the means of production and the hired employee, without which it is impossible to count on increasing the efficiency and competitiveness of agricultural production.

Relying on a wide range of research on motivation and stimulation of labor, we found it expedient to understand the conceptual apparatus and consider the economic essence of labor stimulation. Yes, A.I. Golubeva believes that "the stimulation of labor is a system of material and moral encouragement, remuneration for labor force" [3]. According to SA Shapiro: "Stimulation is a process of influencing a person through a meaningful external object (object, condition, situation) that motivates him to certain actions" [8].

In contemporary economic science, stimulation of labor is considered in the context of the mechanism of motivation and is not always isolated separately, as a result of which terminological uncertainty is observed in its formulation. To understand the essence of the stimulation of labor it is necessary to turn to such key concepts as "the motive of labor" and "the stimulus of labor", which prompts a person to certain activities and coordinate his behavior..

Motive (motif, from lat. Moveo - *move*) is the motive reason for the behavior and actions of a

person arising from the influence of his needs and interests and representing the image of the human desired by the good, which satisfies the needs, provided that certain labor actions are performed [2]. The motive can not arise without need, and in order for the need to be transformed into a motive, there is another important element of motivation - an external reason under which it is understood the additional impact on the motivational process from external objects relative to a person.

Stimulus - the concept is narrower than the motive is an external means of attracting an individual to the pursuit of any kind of activity.

There is an opinion that an incentive is a reward. This is not entirely the case, since in ancient Rome "stimuli" (from the Latin *stimulus*) were called the poles that were used by the chords for the management of the horses, and the word had a compulsory meaning [9].

Before proposing incentives for work to a person, it is necessary to understand what motives or system of motives lie at the basis of his activity in the labor sphere. Material and moral incentives only in that case lead to an increase in the productivity of labor when they correspond to the main motives underlying the activities and behavior of the individual.

Consequently, the motive is an internal stimulus caused by needs, and the stimulus as an external means of attracting an individual to work is a unit of a logical chain (needs - motives - incentives), characterizing labor behavior. Thus, a motive can not arise without the need and without a stimulus considered as a condition for satisfying the need itself.

In the opinion of scientists it is expedient to classify incentives for external, and motives for internal motivation. In other words, stimuli and motives act as external and internal elements of the same process - motivation.

There are many concepts of definition of motivation. In psychological literature, motivation is understood as a dynamic internal process that motivates and directs the work of an individual. In control theory, there is a distinction between internal and external motivation. Internal motivation is characterized by the content and significance of work for an individual, for achieving his goals, and the external one is determined by administrative coercion and material incentives.

From our point of view, the motivation of labor is a combination of factors of the internal and external environment that affect the human labor behavior to achieve its goals and objectives of the enterprise. In turn, the mechanism of motivation is understood by us as the aggregate of needs and motives on the part of the employee and the system of incentives on the part of the employer. The worker seeks to fulfill his needs and to raise the standard of living at the expense of a more advantageous offer of his work force. The employer is interested in increasing the productivity of labor, and from the policy of stimulation of labor it conducts, depends on the extent to which the interests of the hired employee and the owner of the means of production.

In the management of labor motivation, stimulation involves the creation of conditions under which active labor activity, giving certain results, becomes necessary and sufficient condition for satisfying the significant and socially conditioned needs of the employee, the formation of his motives of labor [5].

The formation of the market mechanism of management and its corresponding system of labor stimulation determine the need for its theoretical substantiation, based on the study of foreign motivation theories, methods of managing labor behavior and considering the possibility of their adaptation to Ukrainian realities. The evolution of theories of motivation is characterized by the transition from the simplest forms of physical, forceful coercion to labor (in the slave-owning, feudal society) to simple and pragmatic initial theories, and from them to modern theories based on the understanding of human psychology, its behavior, and the process character of motivation. In this regard, all theories of motivation are classified into original, substantive and procedural.

The most famous of the original theories are "divide and rule," the method of "whip and stick". The original theory of labor motivation was based exclusively on the material interests of workers, based on an analysis of historical experience of people's behavior and the application of simple incentives for coercion and rewards. The most famous of them are the classical theory of F. Taylor, the theory of X and Y, D. McGregor, the psycho-technical theory of G. Münsterberg, the theory of "human relations" E. Mayo.

Contemporary theories of motivation are based on the hierarchy of human needs, which are the

driving force behind the work of people in the process of social production. The main theories of motivation of this group are: Maslow's theory of needs, theory of existence, connection and growth K. Alderfer, theory of acquired needs D. McClelland, two-factor theory of F. Herzberg, theory of motivation L.S. Vygotsky.

Procedural motivation theories are designed to establish the essence of the process of human distribution efforts to achieve specific goals and how it chooses a particular type of behavior. According to procedural theories, the behavior of a person is a function of his perception and expectations associated with this situation, and depends on the possible consequences of the type of behavior he chooses [4]. Four main procedural theories of motivation are known: V. Vruma's theory of expectation, S. Adams's theory of justice, the complex theory of L. Porter and E. Loulera, theory of goal setting E. Locke.

The study of the features of labor stimulation in the system of motivation management determined the definition of goals, tasks and systematization of principles, functions, types and forms. In order to achieve the stated goals and objectives in forming the system of stimulation of labor activity, it is necessary to proceed from the principles of fairness, complexity, differentiation, consolidation, efficiency and openness applied in the market economy. Effective management of labor stimulation involves the following main functions:

- economic;
- moral and psychological;
- social.

The implementation of the stimulation of labor at the enterprise is carried out through forms of material remuneration and intangible influence.

Material incentives include monetary, social-material incentives and property income; to intangible - the moral stimulation of labor. The main form of material incentives is a salary consisting of permanent and variable parts.

Social and material stimulation involves increasing the interest of workers by providing them with various social benefits, providing social assistance. Property income provides an important economic and social effect, since it allows us to overcome the alienation of labor from property, forms a sense of employee involvement in the development of an enterprise [1].

The construction of an effective system of stimulation of labor involves the use of both material and non-material forms of promotion, the main focus of which is moral stimulation, aimed at enhancing the sense of satisfaction from the work performed and its content, from promotion and growth in work, from the complexity of the tasks being solved, from victories and achievements in work, and so on.

The system of labor incentives in agricultural production is formed under the influence of a number of factors of direct and indirect impact, causing the need for its transformation. So, the factors of direct influence are divided into external, related to the functioning of the enterprise on the market, and internal factors that determine the nature of incentives within the enterprise itself.

External factors include measures of state regulation of tax, financial and credit, investment and innovation policies, development of sustainable forms of integration and cooperation with the aim of increasing the competitiveness of agricultural enterprises, ensuring expanded reproduction and, ultimately, creating conditions for the growth of material incentives for labor. At the intraeconomic level, the functioning of the labor incentive system is determined by the economic state of the enterprise, its specialization, the peculiarities of the organization of labor and production.

In addition to direct-purpose factors, a direct effect on labor stimulation is exerted by a combination of indirect factors, which are understood as economic incentives of the general macroeconomic order inherent in the market mechanism of management. In connection with the expansion of the forms of ownership of the subjects, the initial place in such a combination of factors is assigned to the form of ownership.

The American model is based on clear contractual and contractual relations. Almost all the needs of the Maslow pyramid have a cash equivalent. The employee knows exactly how much is the satisfaction of physiological needs, security needs, social, personal needs and needs for self-fulfillment. Everything is measured, and therefore the monetary economic success of a person in the US is

consistent with his social success [7].

The European management paradigm is trying to find its advantages in using the cultural, ethnic and other diversity that a united Europe has received as a result of integration and immigration processes. Many companies in Europe are trying to build their management models on the basis of the forces derived from this diversity, encountering certain difficulties on this path as well [99]. The driving force behind the European model is the search for a compromise between growing human needs and minimizing the costs of labor incentive costs.

From the point of view of labor incentives, the Japanese model has the greatest impact on the theory and practice of personnel management. Unlike American and European models, where the employee in case of dissatisfaction with the working conditions and the size of the remuneration of his labor can change the place of work, Japan has a system of lifelong hiring. On the one hand, this system restricts the employee to freedom of choice of work, and, on the other hand, in the search for a balance between the interests of the employee and the employer, it becomes necessary to use social incentives, such as caring for the health and family of the employee, assisting in old age, etc. Japanese managers have developed a specific management mechanism that actively uses the "human factor" aimed at maximizing profit by using the hidden creative potential of employees.

To create an intra-firm incentive model in Ukrainian market conditions, a public rethinking of the priorities inherent in the new socio-economic formation is necessary. In the XXI century, people are recognized not as a factor of production, but as a rational economic agent, a unique intangible asset capable of self-regulation and self-development [6].

We believe that, irrespective of which model of incentives or mixture of models will be applied, the main focus should be on both improving the material welfare and the spiritual development of the worker.

To solve the problem of rational labor behavior at the enterprise, management should learn about psychology, study interests, establish trust relations with personnel.

Thus, the development of the incentive system in agriculture should be based on the unity of the internal motives of workers and external economic and social incentives in order to increase economic activity conducive to the growth of productivity and quality of labor and to ensure the sustainable economic development of individual agricultural enterprises and the industry as a whole.

Literature.

1. Анісімов В.М. Кадрова служба і управління персоналом організації: Навчальний посібник. / В.М. Анісімов – М.: 2008. – 425 с.
2. Бойко Є.В. Мотивація персоналу: Навчальний посібник. / Є.В. Бойко – ЗДИА, 2004. – 310 с.
3. Голубева А.И. Мотивация сельскохозяйственного труда: теория, практика, перспективы / А.И. Голубева. – Ярославль: Издательство Ярославского государственного технического университета, 2010. – 327 с.
4. Заїка С.О. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / С.О. Заїка, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. С. 176-186.
5. Мазнев Г.Є. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу / Г.Є. Мазнев, С.О. Заїка, О.В. Грідін // Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії». – 2016. – Вип. 10. – С. 36-47.
6. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу: навчальний посібник. / Ю.І. Палеха - К.: Вид-во «Ліра-К». – 2010.- 338 с.
7. Червінська Л.П. Економіка праці: Навчальний посібник. / Л.П. Червінська – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 288 с.
8. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала [Электронный ресурс] / С.А. Шапиро / Режим доступа: obiznese.com.
9. Яценко О.І. Організація ефективної системи матеріального стимулювання праці / О.І. Яценко, А.О. Шевцова // Науковий вісник НЛТУ. – 2006. – Вип. 16.1 – С. 284-289.

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ЯРОГО ЯЧМЕНЮ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Никоненко А. В., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – доцент Смігунова О.В.

Ярий ячмінь належить до найбільш поширених сільськогосподарських культур у світовому землеробстві і вирощується ще з давніх часів [1].

Він є однією з важливих світових зернових сільськогосподарських культур продовольчого і фуражного значення, разом з кукурудзою та пшеницею, що користується значним попитом на аграрному ринку. Ячмінь містить повноцінний білок, через це він входить до групи дуже цінних концентрованих кормів для тварин. Також його використовують у пивоварній промисловості та при виробництві перлової і ячної круп.

Нажаль, інтерес вітчизняного агробізнесу до вирощування ячменю дещо знизився, про це свідчить динаміка скорочення посівних площ під цією зерновою культурою, а в світі навпаки йде тенденція до зростання виробництва ячменю.

За період, що вказується відбулися значні зрушення у структурі посівних площ. Площа ярого ячменю сильно зменшилася, так у 2000 році вона становила 3645 тис. га, а вже в 2016 році знизилася до 1863 тис. га. Хоча, можна зазначити, що в 2000 році частка ярого ячменю у загальній структурі посівних площ мала суттєву перевагу і складала 91,5%, тоді як у 2016 році вона знизилася до 64,9%.

Найбільшими виробниками ячменю на регіональному рівні у 2016 році являлися аграрії Одеської (15,9% від загального обсягу), Миколаївської (9,5%), Дніпропетровської (7,4%), Вінницької (6,7%) і Херсонської (6,6%) областей, які на 48,7% зібраної площі сумарно виростили 46,1% врожаю від усього його обсягу в Україні [5].

Отже, потрібно зазначити, що за рівнем середньої урожайності ячменю, лідерами являються Хмельницька (4,91 т/га), Вінницька (4,81 т/га), Львівська (4,78 т/га), Тернопільська (4,73 т/га) та Київська (4,58 т/га) області, там господарства усіх категорій виробили 23,3% обсягу ячменю від загального показника на 16,5% зібраної площі. З цих даних можливо прийти до висновку, що фактичний ефект від інтенсифікації вирощування ячменю на 1% зібраної площі у зазначених регіонах сягає майже 1,4% збільшення його виробництва. В цей же час, у регіонах, в яких найбільше виробників ячменю за обсягом, там продуктивність використання земельних угідь виявилася значно нижчою, оскільки при співставленні 1% їх площі забезпечував надходження лише 0,9% виходу продукції від валового врожаю [2].

Упродовж 2016 - 2017 маркетингового року виробництво та врожайність ячменю сягнули високих показників, а за його експортом Україна увійшла до трійки лідерів. Проте через низьку рентабельність його посівні площі у світі зменшуються кожного року. Занизькому виробництву ячменю в 2017 – 2018 маркетинговому році, загрожують через несприятливі погодні умови під час посівної — на 6 млн тонн нижче рівня світового споживання. В результаті світові запаси даної культури можуть впасти нижче 20 млн тонн. Виробництво нижче рівня споживання призведе до підвищення цін на майбутній врожай. Оскільки запаси зменшаться через необхідність компенсувати дефіцит, в майбутньому їх треба буде відновити. Тому, вірогідно, в найближчі маркетингові роки ціни залишаться на високому рівні [3].

Також, у 2016 - 2017 роках його виробництво в Україні склало 9,9 млн тонн — це четвертий показник у світі. Більше виробляють тільки Австралія (13,4 млн тонн), Росія (17,5 млн тонн) та ЄС (59,8 млн тонн). За нами — Канада, Туреччина, США, Аргентина, Казахстан та Іран. Загалом минулого маркетингового року в світі було вироблено 128 млн тонн ячменю. Використання саме перспективних сортів ярого ячменю вітчизняної селекції, суттєво підвищило його врожайність та рівень конкурентоспроможності виробництва.

Напротязі 14 років посівні площі ячменю в Україні скоротились аж в два рази: з 5,8 млн га в 2003 році до 2,9 млн га в 2017-му році. Причина — розширення площі посівів під кукурудзою, соняшником і соєю. При цьому врожайність ячменю за останні 7 років

збільшилася з 20 ц/га до 34,3 ц/га. До цього періоду вона 15 років залишалася на одному рівні. Однак це все одно в два рази нижче за показник ЄС — там він склав 70 ц/га.

Оскільки наше внутрішнє споживання ячменю склало 3,9 млн тонн, більш ніж половини продукції йде на експорт — 5,3 млн тонн, що на 21% більше, ніж у попередньому сезоні (4,4 млн тонн). За цим показником ми займаємо 3 місце в світі. Цей обсяг експорту став рекордним з часів 2009 - 2010 років — тоді ми відправляли на експорт 6,23 млн тонн. Головними покупцями ячменю нашої країни стали Саудівська Аравія (316,5 млн дол.), Лівія (131,1 млн дол.), Йорданія (33,5 млн дол.), Алжир (31,6 млн дол.) та Туніс (25,6 млн дол.). В загальній кількості експорт ячменю в 2016 - 2017 маркетинговому році приніс українським аграрним підприємствам 747,3 млн дол. [3].

Отже, можна зазначити, що похищення урожайності у різні роки здійснило значний вплив на валове виробництво зерна ярого ячменю. Причиною такого явища являлося порушення технології вирощування - відсутність науково обґрунтованих сівозмін, коли під ячмінь залишають, як правило, дуже поганих попередників, що дуже висушують та виснажують ґрунт (ріпак, соняшник та інші); не дуже якісний обробіток ґрунту; відсутність або досить мала кількість внесених добрив; низький рівень застосування засобів захисту рослин; невірне формування сортового складу, без прийняття до уваги біологічних та технологічних особливостей і вимог сорту [1].

Беручи до уваги специфіку кліматичних умов та особливості нових сортів ярого ячменю, що по-різному реагують на деякі елементи технології, при їх вирощуванні, потрібно встановити оптимальні рівні технологічних заходів, які сприятимуть отриманню гарантованого врожаю. Технологія вирощування ярого ячменю повинна передбачати створення умов, за яких повністю реалізуються потенційні можливості культури за якісними та урожайними показниками. Цьому буде сприяти використання кращих попередників, чітке дотримання агротехнічних заходів та строків їх проведення [1].

Література.

1. Журнал «Агрономія Сьогодні» - ячмінь ярий: сучасні технології вирощування №9 (232) травень 2012р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/agronomiia-siogodni/1044-iachmin-iaryi-suchasni-tekhnologiii-vyroschuvannia.html>
2. Журнал «Економічний гектар» - Ринок ячменю: потенціал розвитку №24(343) грудень 2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/6960-rynok-iachmeniu-potentsial-rozvytku.html>
3. Інфографічний довідник «Агробізнес України – 2017» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bakertilly.ua/news/id1305>
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Структура посівних площ (в розрізі регіонів) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства аграрної політики України - Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>.



РОЛЬ МЕЛІОРАЦІЇ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬГОСПЗЕМЕЛЬ

Оберемок В.В., Пахуца О.П., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – Краля В.Г.

Меліорація земель - це комплекс гідротехнічних, культуртехнічних, хімічних, агротехнічних, агролісотехнічних, інших меліоративних заходів, що здійснюються з метою регулювання водного, теплового, повітряного і поживного режиму ґрунтів, збереження і підвищення їх родючості та формування екологічно збалансованої раціональної структури угідь.

Здійснення заходів з меліорації земель регулюється Земельним кодексом України від 25 жовтня 2001 року, Законами України «Про охорону земель» від 19 червня 2003 року, «Про

державний контроль за використанням та охороною земель» від 19 червня 2003 року, спеціальним Законом України «Про меліорацію земель» від 14 січня 2000 року, підзаконними нормативно-правовими актами.

Відповідно до Закону України «Про меліорацію земель» залежно від спрямування здійснюваних меліоративних заходів визначаються такі основні види меліорації земель:

- гідротехнічна,
- культуртехнічна,
- хімічна,
- агротехнічна,
- агролісотехнічна.

Необхідність меліорації земель визначається кліматичними умовами території. Понад 60 % населення Землі проживає в посушливих регіонах, тоді як 20 % - там, де спостерігається надлишок вологи. Зі зрошенням земель у перші роки урожайність сільськогосподарських культур підвищується у 2-3 рази, а вирощування рису чи бавовнику без зрошення взагалі неможливе. За оцінками ФАО (Всесвітньої сільськогосподарської організації) площа зрошувальних земель нині становить 270 млн га.

А втім, тривале зрошення спричинює низку екологічних проблем. Головна з них - це вторинне засолення ґрунтів, що виникає за надмірного зрошення і високого рівня ґрунтових вод. Під засолення потрапила майже половина зрошуваних земель світу.

Зрошення чорноземів вимагає особливої обережності. Деякі вчені наполягають на тому, щоби їх зрошувати лише в надто посушливі роки, оскільки зрошення призводить до сильного ущільнення ґрунтів на глибині 20-60 см, погіршуються їхні водно-фізичні властивості, зменшується насиченість киснем до 10 %, а вміст вуглекислоти зростає до 1,5-2,7 %.

Крім того, дренажні води, що скидаються з полів, містять велику кількість мінеральних добрив і пестицидів, які забруднюють водойми.

Із зрошенням пов'язана також проблема раціонального використання води. Головним напрямком є підвищення якості зрошувальних систем; для старих систем коефіцієнт корисної дії - 0,25-0,35, для нових, збудованих після війни, - 0,8-0,9. Тому в старих меліоративних системах на шляху від джерела забору води до поливного поля безцінно втрачаються 60-75 % води.

Осушення за принциповою основою протилежне зрошенню. Його проводять на перезволожених землях, лісах, болотах із метою включення нових територій у сільськогосподарське виробництво. В Україні осушення проводять в областях Полісся. Але болота - це важливі екосистеми, які є джерелом ягід, лікарських рослин, медоносів, грибів тощо. Якщо взяти до уваги високу розораність території України, то стане очевидним, наскільки важливі болотні луки для збереження рослинного і тваринного світу України. Через 25 років після початку проведення осушувальних меліорацій земель в Україні виникли небезпечні екологічні зміни водного балансу території та порушення режиму підземних вод, небажані і зміни в гідроекологічному режимі з частими катастрофічними повеннями, посилилися процеси деградації ґрунтів і зменшення продуктивності сільськогосподарських угідь.

Уздовж меліоративних систем знижується рівень ґрунтових вод.

Зони впливу меліоративних систем не стабілізуються в часі, а постійно збільшуються, перекриваючи одна одну. Між річками Полісся України не залишилося великих болотних масивів, які підтримували б і рівні ґрунтових вод на сусідніх водоймах, не даючи їм опускатися далеко за межі оптимального залягання.

Зниження ґрунтових вод призвело до збільшення кількості посушливих днів, зменшення вологості повітря, а це, у свою чергу, обумовило зменшення продуктивної вологи і зниження урожайності в середньому від 20 до 70 %. На рівнинних міжріччях терасах і заплавах у верхів'ях річок з'явилися пересушені угіддя, що корінним чином змінило склад рослинного світу, призвело до появи суходолів. У літній період рівні ґрунтових вод опускаються нижче закладених дренажних каналів.

У перші 5-10 років від початку експлуатації осушувальних систем навколо них формується зона гідрогеологічного впливу від 900 м до 3-5 км. За площею вона у 2-3 рази

переважає розміри осушувальних систем. Це негативно позначається на витках річок і струмків. Нині у деяких річок виток починається на 15-22 км нижче від попереднього.

Особливо небажаним наслідком великомасштабного осушення є посилення після 10 років інфільтрації живлення підземних вод, що порушує їхні баланс і режим. Збільшуються вихідні токи підземних вод, які виходять на поверхню в ослаблених ділянках земної кори - поблизу озерних улоговин, річкових заплав тощо. Особливо сильне підтоплення сталося в зоні Шацьких озер, де на території, що прилягає до Шацького природного національного парку, понад 10 тис. га угідь через підтоплення були переведені в інші категорії земель.

У багатьох районах Рівненської та Волинської областей внаслідок висхідних потоків підземних вод утворилися численні струмки і річки. Осушувальні системи вже не в змозі відвести надлишок води, розвиваються вторинне перезволоження й заболочення.

У зоні Полісся зникли річки, що жилися ґрунтовими водами, тоді як річки, що живляться підземними водами, збільшили свою водність.

Випрямлення малих річок на Поліссі супроводжується частими катастрофічними повеннями, які призводять до змиву й розмиву ґрунтів, підтоплення й заболочення ряду меліоративних систем, руйнування берегів.

Зниження рівня ґрунтових вод та зміна у зв'язку з цим відміток місцевих базисів посилює ерозію земель (змивання ґрунтів, вітрова ерозія тощо).

Україна має великі водні запаси, проте не використовує їх для зрошення полів, в той час коли від водного дефіциту страждають понад 60% площі сільгоспугідь.

«Світ страждає від дефіциту води. В Україні ситуація інша. Якщо у 1991 році всі галузі народного господарства України використовувати 30-35 млрд кубометрів води в рік, то зараз ми використовуємо лише 10 млрд. У нас створена система Дніпровських водосховищ, ми створили канали - здавалося б, бери і користуйся. Але ми цього не робимо і тут відрізняємось від усієї планети замість того, щоб скористатися своїми можливостями», - говорить Михайло Ромащенко.

За його словами, питання зрошення стає для України надзвичайно актуальним, адже лише за останні роки площа сухих земель зросла на 7%. А завдяки змінам клімату відбуваються все більш швидкі зміни й у вологозабезпеченні ґрунтів.

За даними Інституту водних проблем та меліорації, уся площа земель, що обробляються в Україні, становить 32 млн га, з яких вже не менше 19 млн га перебувають в умовах дефіциту вологи.

Література.

1. Закон України «Про меліорацію земель»
2. Кубанців А.П., Чумаков А.А. Проектування зрошувальних систем. Зрошення на місцевому стоці 2009
3. Вчені у галузях механізації, електрифікації та меліорації / УААН наук. ред. М. К. Лінник. — К. : Аграр. наука, 2000. — 297 с.
4. Загальне та меліоративне землеробство. Мет. вказівки з виконання. лаб.-практ. робіт при вивченні розділу «Системи обробітку ґрунту» : Модуль № 3. — Вінниця : ВДАУ, 2006. — 46 с.
5. Кучерявий, В. П. Фітомеліорація : навч. посіб. / В. П. Кучерявий ; ред. Л. А. Азіян. — Львів : Світ, 2003. — 540 с.
6. Лазарчук, М. О. Основи гідромеліорації. Осушення земель : навч. посіб. / М. О. Лазарчук ; М-во освіти і науки України, НУБГП. — Рівне : НУБГП, 2006. — 300 с.
7. <http://www.agro-business.com.ua/agrobusiness/events/6871-v-ukraini-na-7-zrosla-kilkist-sukhykh-ta-duzhe-sukhykh-zemel.html>



ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФЕРМЕРСТВА В УКРАЇНІ

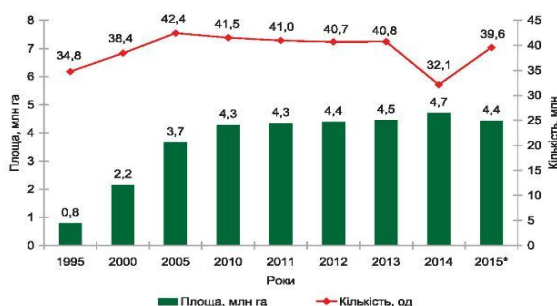
*Оберемок В.В., Пахуща О.П., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – Краля В.Г.*

Фермерство за останні два десятиліття стало традиційною формою ведення сільського господарства. Такі господарства виробляють широкий спектр продукції для внутрішніх потреб та експорту. Проте в Україні існує ряд невирішених проблем, які стримують подальший розвиток дрібнотоварного виробництва.

Тенденції розвитку. У 2015 році продовжувалася тенденція до збільшення чисельності фермерських господарств. Станом на 1 липня 2015 року за даними реєстру Агро Держстатслужби України, чисельність зареєстрованих господарств становила 39,5 тисяч. При цьому розміри використання угідь зменшилися. На середину поточного року в користуванні таких господарств знаходилося 4,4 млн га сільськогосподарських угідь. Суттєві коливання у чисельності фермерських господарств та площами угідь в їх користуванні можуть залежати від чисельності підзвітних суб'єктів господарювання різним формам статистичної звітності, а також виходячи з інформації щодо тимчасово окупованої території Автономної республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Разом з тим, станом на 1 липня 2015 року найбільше фермерських господарств зареєстровано в Одеській (5,1 тис.), Миколаївській (3,8 тис.), Дніпропетровській (3,3 тис.) областях. Більші порівняно з іншими регіонами площі користування сільськогосподарських угідь у фермерів знаходяться у Дніпропетровській (452 тис. га), Одеській (429 тис. га) та Кіровоградській (415 тис. га) областях. Проте за розміром сільськогосподарських угідь у розрахунку на одне господарство відзначилися фермери Харківщини (197 га), Чернігівщини (176 га) та Сумщини (165 га).

Динаміка кількості фермерських господарств в Україні

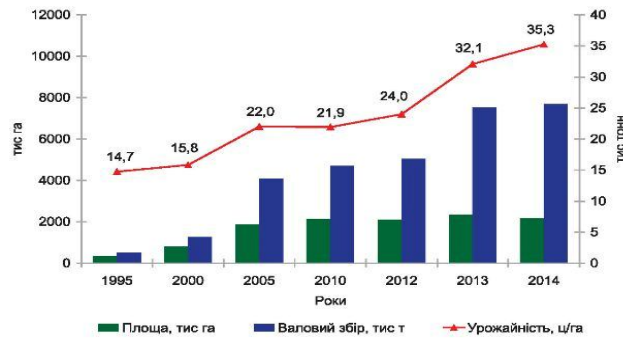


Джерело: Держстат України, 2015 рік

**дані 2015 року станом на 1 липня*

Виробництво. Фермерські господарства мають різні напрями спеціалізації, проте більшість з них займається вирощуванням зернових та олійних культур. За підсумками 2014 року фермерські господарства України виробили 7,7 млн т зерна та майже 3 млн т олійного насіння. Під цими культурами знаходяться основні площі земель фермерів. Якщо загальна площа сільськогосподарських угідь фермерських господарств становить 4,5 млн га, то під зерновими культурами знаходилося 2,2 млн га, олійними 1,5 млн га. Фермери також займаються вирощуванням цукрових буряків, картоплі, овочів, продовольчих баштанних культур, проте їх частка в структурі посівів фермерських господарств не перевищує 1 %. Лише 3 % фермерських господарств спеціалізується на виробництві продукції тварин. Так, за підсумками 2014 року у фермерських господарствах України нараховувалось великої рогатої худоби 103,7 тис. гол., в тому числі корів — 41,3 тис. гол., свиней — 250 тис. гол., птиці — 2,8 млн гол. За підсумками господарювання у минулому році фермери виробили молока 167 тис. т, м'яса (у забійній вазі) — 57 тис. т, яєць — 76 млн шт.

Динаміка виробництва зерна у фермерських господарствах України



Джерело: Держстат України, 2015 рік

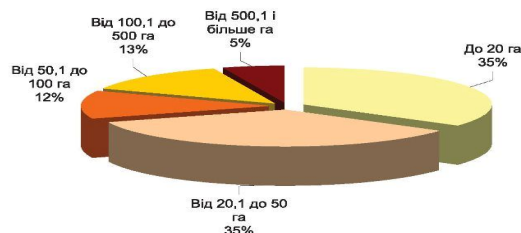
За останні десять років спостерігається тенденція до збільшення валового виробництва сільськогосподарської продукції фермерськими господарствами. У 2014 році валова продукція у порівняльних цінах 2010 року 19,2 млрд грн. При цьому частка продукції рослинництва становила 93 %. До того ж, обсяги виробництва продукції рослинництва зростають, а тваринництва коливаються. Так, торік валова частка продукції тваринництва становила 1,34 млрд грн, що на 4% менше попереднього року та на 6% більше 2012-го.

Фермерські господарства України мають суттєвий вклад у загальнодержавне виробництво продукції сільського господарства. Частка виробництва фермерами зерна у валовому виробництві України становить 12%, соняшнику — 19%, ріпаку — 18%, сої — 16%, продукції тваринництва за видами — від 1 до 3 %. Таким чином, фермери відіграють значну роль у забезпеченні потреб внутрішнього ринку та формуванні експорту.

Проблеми. Основними проблемами розвитку фермерського господарства України є відставання від сучасних тенденцій запровадження інноваційних технологій ведення сільського господарства. Нові технології та технічне забезпечення виробничих процесів є недоступним для більшості фермерів через їх дорожнечу. Фермери мають обмежене фінансове забезпечення своєї діяльності, якого ледве вистачає для придбання необхідних ресурсів для нового циклу виробництва.

Можливістю залучення фінансовими ресурсами є банківське кредитування. Ставки кредитування банківських установ з супутніми послугами перевищують 30% річних. Для порівняння: за підсумками 2014 року рівень рентабельності виробничої діяльності фермерів становить 29,6 %. Тобто залучення банківського кредитування виявиться додатковим фінансовим тягарем для фермерів.

Структура фермерських господарств за розмірами землекористування в Україні



Джерело: Держстат України, 2015 рік

Більш прийнятими для фермерів є державні програми виділення цільових коштів для придбання техніки, обладнання, будівництва виробничих та обслуговуючих об'єктів. Проте такі програми в останні роки не фінансуються, або виділених з бюджету коштів не достатньо для забезпечення потреб таких суб'єктів господарювання. Торік фермери отримали за рахунок бюджетних дотацій та податку на додану вартість 34,4 млн грн, що становить 1,1 тис. грн в розрахунку на одне господарство.

У ринкових умовах дрібним фермерським господарствам складно конкурувати на розвинених аграрних ринках, до яких належить ринок зерна та олійного насіння. Фермери

мають невеликі товарні партії продукції, не поодинокі випадки реалізації продукції з поля, без необхідної доробки та доведення до вимог державних стандартів. Тож пріоритетними напрямками розвитку фермерських господарств України має бути вирощування овочів, фруктів, ягід, картоплі, нішєвих культур олійної та зернової групи. При цьому з виробництва традиційної продукції необхідно перейти на органічну продукцію. Це те, що не зможуть зробити великі аграрні компанії, враховуючи масштаби їх виробництва, проте найбільше підходить дрібнотоварним виробникам продукції.

Перспективи. Перехід фермерських господарств від зернової та олійної спеціалізації до овочевої і фруктові потреби ватиме капіталовкладень у розвиток відповідної інфраструктури. Це перш за все складське господарство та формування системи оптових селянських ринків, що необхідно для збереження врожаю та його в разі потреби швидкої реалізації.

Уряд вже третій рік підряд підтримує будівництво сучасних сховищ для зберігання плодовоовочевої продукції. Відтак, у країні функціонують сховища для картоплі та овочевої продукції для одночасного зберігання 2,4 млн т. У ближчій перспективі планується ввести в експлуатацію нові потужності на півмільйона тонн. Проте й цього недостатньо. Сховища потрібно зробити максимально доступними перш за все для дрібнотоварних виробників. Тому держава спільно з сільгоспвиробниками та місцевими органами влади повинна визначити, де потрібно створювати такі сховища та сприяти цим самим розвитку фермерства.

Література.

1. <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/3999-problemy-ta-perspektyvy-fermerstva-v-ukraini.html>
2. <http://agroua.net>
3. Аграрне право України Підручник / За ред. В.З.Янчука.-К.,2003. -с156.
4. Офіційний вісник України-2003р. - № 31-с896
5. Аграрне право України Підручник / За ред. В.З.Янчука.-К.,2003. -с157.
6. Аграрне право України Підручник / За ред. О.О.Погрібний - Київ.2004 – с.358



ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ВИБІР ОПЕРАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Оберемок В.В., Пахуща О.П., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач

Процедура розробки ефективної стратегії передбачає, перш за все, виявлення потенційних можливостей економічної системи та встановлення місії організації, яка, власне, і реалізується через цю стратегію. Стратегія в загальному розумінні – це план, створений для виконання місії. Одним з перших етапів розробки стратегії є визначення перспектив розвитку організації за допомогою аналізу. З цією метою часто використовується SWOT-аналіз – метод стратегічного планування, що полягає у виявленні чинників зовнішнього та внутрішнього середовища організації та розподіл їх на чотири категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості і загрози.

Отже, ідея SWOT-аналізу полягає у тому, щоб визначити можливості, які відповідають сильним сторонам організації або, принаймні, виявити стратегічно важливі моменти, якими можна скористатися, а також слабкі сторони організації, які потребують уваги з боку апарату управління.

Ефективним способом розробки плану досягнення конкурентних переваг є виявлення загроз і можливостей зовнішнього середовища та поєднання сильних сторін і можливостей під час запобігання загрозам зовнішнього середовища та локалізації власних слабких сторін. При цьому організація повинна визначити, як саме максимізувати допустимі можливості і мінімізувати загрози, що реалізується через встановлення операційних пріоритетів.

Розрізняють декілька основних типів операційних пріоритетів: витрати виробництва, якість і надійність продукції, строк виконання замовлення, надійність поставок, здатність організації реагувати на зміну попиту, гнучкість і швидкість освоєння нових товарів.

Розглянемо більш детально кожен з них.

1. *Витрати виробництва.* У будь-якій галузі національної економіки існує такий сегмент ринку, обсяг продажів на якому залежить винятково від того, наскільки низькими будуть витрати організації, що випускає продукцію. Щоб успішно конкурувати в такій ринковій ніші, їй неодмінно потрібно бути виробником з низькими витратами виробництва, однак це необхідне, але не достатня умова і необов'язково означає, що організація досягне високого рівня рентабельності й успіху. У результаті конкуренція на таких сегментах ринку дуже жорстока, а відсоток банкрутства, як правило, вельми суттєвий. У таких умовах здатний існувати тільки один виробник з найнижчими витратами виробництва, що зазвичай і визначає ринкові ціни.

2. *Якість і надійність продукції.* Існує дві окремі категорії якості: якість продукції і якість процесу. Рівень якості кожного окремого виду продукції змінюється в залежності від того, для якого сегмента ринку вона призначена. Щоб забезпечити належний рівень якості продукції, необхідно поставити на перший план вимоги споживачів. Якість процесу також має надзвичайно важливе значення, оскільки вона зв'язана з надійністю продукції.

3. *Термін виконання замовлення.* На деяких сегментах ринку основною умовою для досягнення конкурентної переваги є здатність організації випускати зроблену нею продукцію і забезпечувати послуги швидше конкурентів, тобто термін виконання замовлення.

4. *Надійність постачань.* Даний операційний пріоритет пов'язаний зі здатністю поставляти товари чи послуги точно в обіцяний термін або навіть раніше, тобто забезпечувати надійність постачань. Починаючи з 80-90-х років ХХ ст. значна увага почала приділятися скороченню товарно-матеріальних запасів, що призвело до подальшого підвищення ролі надійності постачань як оцінного критерію при виборі постачальників.

5. *Здатність реагувати на зміну попиту.* На багатьох ринках найважливішим фактором, що визначає рівень конкурентоздатності фірми, є її здатність реагувати на зміни попиту. В організації, попит на продукцію якої незмінно і стабільно росте можливість виникнення проблем зведена майже до нуля. Якщо попит на який-небудь товар великий і постійно підвищується, витрати на його випуск неухильно знижуються завдяки економії на масштабах виробництва, а капіталовкладення в нові технології легко окупаються. Якщо ж попит починає падати, організація вимушена згорнути виробництво і скорочувати штат працівників і активи.

6. *Гнучкість і швидкість освоєння нової продукції.* Використання цієї стратегії засноване на здатності компанії пропонувати своїм споживачам широкий вибір товарів. Значною мірою це залежить від часу, що потрібен на розробку нового виду продукції і трансформацію існуючих процесів для переходу на випуск нової продукції.

Підводячи підсумок відзначимо, що вибір одного чи декількох операційних пріоритетів, обумовлений перш за все місцем організації на ринку. Протягом еволюції світової економіки виникла група організацій, що розглядають операційну маркетингову стратегію в міжнародному контексті. Конкуренція на даному ринку дуже сильна, оскільки присутні багато «гравців» і існують великі потенційні можливості. Такі організації називають виробниками світового класу. У зв'язку з чим виникає необхідність максимально точно визначати пріоритети, що продиктовані ринком збуту.

Література.

1. Бутко М.П. Виробничий менеджмент : [підручник] / М. П. Бутко. – К. : ЦУА, 2015. – 400 с.
2. Гевко І.Б. Операційний менеджмент: [навчальний посібник] / І.Б. Гевко. – К. : Кондор, 2007. – 228 с.
3. Іванов М.М. Операційний менеджмент: [навчальний посібник] /М.М. Іванов, П.В. Комазов. – К. : ЦУА, 2012. – 368 с.
4. Іванова В.Й. Операційний менеджмент у системі управління організацією навчальної дисципліни «Операційний менеджмент»: [навчальний посібник] / В.Й. Іванова, О.М. Тімонін, К.В. Ларіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – Ч. 2 – 160 с.

5. Мазнєв Г.Є. Визначення передумов та оцінка перспектив впровадження прогресивних систем оперативного управління на підприємствах України / Г.Є. Мазнєв, О.В. Корнієцький, О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 11-21.

6. Михайловська О.В. Операційний менеджмент [навчальний посібник] / О.В. Михайловська. – К. : Кондор, 2008. – 550 с.



ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

***Онопрієнко К.С., Онегіна О.С., Шевченко Ю.Ю., Харківський національний
технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

Що стосується теоретичної сутності формування конкурентних переваг, то слід зазначити наступні особливості в практичній діяльності аграрних підприємств. По-перше, конкурентні переваги можна ототожнювати з можливостями суб'єкта конкуренції, на відміну від можливостей, конкурентні переваги є фактом, який фіксується в результаті реальних і очевидних переваг споживачів. Цієї точки зору дотримуються багато дослідників даної проблематики.

Однак, недоліком даного тлумачення є те, що робиться акцент на статичному характері конкурентних переваг. Тобто слід вважати, що перевага над конкурентами є конкурентною перевагою лише в разі, коли вона знаходить відображення в уже досягнутих, більш високих обсягах продажів, прибутку і ринкової частки і т. При цьому можливість зміни окремої ситуації в перспективі і перетворення потенційних конкурентних переваг в реальні рахунок. Виняток потенційних переваг з категорії конкурентних ніяким способом не дозволяє врахувати перспективи розвитку окремих підприємств - учасників конкурентних відносин.

Споживач вибиратиме продукції того підприємства, яка, інші рівнозначні умов, має можливість знизити витрати за рахунок використання кращих інноваційних технологій або економії на дії ефекту масштабу виробництва.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [3]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема. Для ефективнішого пошуку рішень щодо підвищення конкурентоспроможності, в першу чергу, важливо дати адекватне визначення цього терміну.

Мета дослідження полягає у визначенні теоретичної сутності конкурентоспроможності, особливостей визначення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, проведення аналізу механізму формування конкурентних переваг, а також визначення перспектив розвитку конкурентних стратегій вітчизняних підприємств для ефективного функціонування на об'єктових ринках.

Розуміння сутності конкурентоспроможності вже розкрито в безлічі наукових робіт, як вітчизняних, так і зарубіжних. Дана категорія пройшла великий еволюційний шлях і була розкрита з різних сторін. Так, наприклад, конкурентоспроможність можна розглядати як здатність підприємства витримувати конкуренцію і протистояти конкурентам або як результат наскільки ефективно підприємство задовольняє потреби споживача в порівнянні з конкурентами, які пропонують аналогічний товар або послугу.

Фатхутдінов Р.А. визначає конкурентоспроможність як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, які представлені на даному сегменті ринку. При цьому конкурентоспроможність являє собою здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з

аналогічними об'єктами на ринку [6]. Відповідно до теорії Райзберга Б.А., конкурентоспроможність - реальна і потенційна можливість підприємства в існуючих умовах виробляти і реалізовувати продукцію, яка за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливою для споживачів, ніж у конкурентів [2]. Визначення конкурентоспроможності, найбільш відповідає нашим дослідженням, є теорія Піддубного І.А. і Піддубної А.І., по якій вона являє собою потенційну або реалізовану здатність підприємства до функціонування в релевантному зовнішньому середовищі, заснованої на конкурентних перевагах і таким чином відображає його позицію відносно конкурентів [5]. Введення терміну «конкурентні переваги» і розроблена М. Портером теорія конкурентних переваг дають методологічну основу для визначення категорії «конкурентоспроможність». На думку М. Портера, конкурентоспроможність економіки визначається продуктивністю, з якої країна, регіон або кластер використовує свої трудові і природні ресурси і капітал [2].

Загалом, конкурентні переваги можна розглядати як концентрований прояв переваги над підприємствами - конкурентами в різних сферах діяльності. Тобто це випередження конкурентів за рахунок вдалої реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій. З точки зору джерела виникнення конкурентних переваг підприємства, їх можна розділити на дві групи: переваги низького і високого рівнів. Причому конкурентні переваги низького рівня для підприємства утворюються при використанні дешевої робочої сили, доступних недорогих джерел сировини і т.д., що в сучасних економічних умовах не є стабільними, тому такі переваги можуть швидко зникнути. Конкурентні переваги підприємства високого рівня формуються при наявності кваліфікованих кадрів, застосування новітніх інновацій, високих технологій і т.п. Інша класифікація конкурентних переваг розділяє їх на зовнішні і внутрішні. Зовнішні конкурентні переваги базуються на відмінній якості товарів, утворює головну цінність для споживача, а внутрішні формуються на перевагах підприємства по мінімізації виробничих витрат в порівнянні з конкурентами.

Конкурентні переваги підприємства в теорії є концентрованим виявом переваг над конкурентами з точки зору економічної, техніко-технологічної, організаційної, управлінської та інших видів діяльності підприємства. При цьому їх можна виміряти загальними економічними показниками (зниження виробничих витрат, отримання додаткового прибутку, підвищення рівня рентабельності, збільшення ринкової частки підприємства і обсягів продажів продукції і т.п.). Що стосується перспективи, то одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств можна вважати оптимізацію ролі оптових продовольчих ринків, як основних на даному етапі розвитку в системі факторів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Відсутність альтернативних каналів реалізації даної продукції призводить до негативного розвитку галузі і до кризи фінансово-економічного стану товаровиробників. Тому однією з умов вирішення проблеми постачання населення міст і ефективного збуту продукції вітчизняними товаровиробниками повинні виступати оптові продовольчі ринки. Метою створення таких ринків є стимулювання виробництва на основі формування ефективного механізму взаємної зацікавленості виробника і споживача сільськогосподарської продукції шляхом встановлення прямих зв'язків між ними, регулювання виробництва і збуту продукції з урахуванням задоволення споживчого попиту населення. Відправними моментами системного формування оптових продовольчих ринків виступає основна концепція і об'єктивні особливості конкурентного середовища і позиція регіону в забезпеченні продуктами харчування шкіл, навчальних закладів та інших установ соціальної сфери. Це особливо актуальним стає в рамках реалізації соціальних цільових програм. Необхідність створення оптових продовольчих ринків викликана тим, що єдина система матеріально-технічного постачання і збуту в сільському господарстві, що існувала в дореформений період була ліквідована, а стихійно виниклі ринки продовольства мають серйозні недоліки. До числа останніх відносяться дезінтеграція всіх ланок АПК, скорочення інвестицій, зростання витрат виробництва і обігу, скорочення платоспроможного попиту населення, нерегульований імпорт, диспаритет цін та інші негативні економічні та соціальні відносини в сільському господарстві.

Використовуючи зазначений підхід, ми, фактично, можемо і характеризувати конкурентоспроможність підприємства і його продукції через систему базових показників ефективності поточної діяльності, адже головним критерієм оцінки поведінки оператора ринку є результативність [4]. По-друге, існує підхід, заснований на пропозиції споживачам унікальною за своїми споживчими властивостями продукції, яка не має аналогів (з точки зору якості або інших характеристик). При цьому також виникає необхідність у зниженні цін. Третій підхід полягає в спеціалізації підприємства або на обслуговуванні широкого кола споживачів (наприклад, всього цільового ринку), або тільки обраних окремих цільових сегментах - об'єктових ринках.

Також в загальні особливості слід віднести наступні. Конкурентні переваги носять відносний характер, тобто вони можуть проявлятися тільки в зіставленні з товарами - аналогами. Крім того, конкурентні переваги визначаються конкретними умовами, в яких вони проявляються в даний момент або проміжок часу. Дані міркування можна цілком віднести до поняття «конкурентоспроможність».

Дослідження механізму формування конкурентних переваг сільськогосподарського виробництва в межах бізнес-процесу дозволяє трактувати його як систему взаємопов'язаних, взаємозалежних важелів, методів, способів, регламентів, правил, умов, що впливають на процес виробництва сільськогосподарської продукції. Економічні інструменти в системі механізму формування конкурентних переваг виконують стимулюючу функцію, забезпечують реалізацію інтересів усіх учасників бізнес-процесу і їх відповідальність у вигляді відповідних економічних відносин. Вони економічним базисом, який визначає порядок функціонування механізму конкурентних переваг в сільськогосподарському виробництві.

Кожен сегмент механізму формування конкурентних переваг на рівні підприємства представлений сукупністю інструментів:

- економічний - планування, контроль і аналіз, облікова політика, внутрішній аудит, ціна, інформаційне забезпечення, економічні норми і нормативи, економічні стимули, економічні санкції, управління витратами, умови оплати праці та інші;
- техніко-технологічний - система машин, якісні параметри технологічних прийомів вирощування сільськогосподарських культур і догляду за тваринами, терміни проведення технологічних прийомів, технологічна схема, сорт (порода), продуктивність землі і тварин, сівозміни тощо;
- якість продукції - зовнішній вигляд, вологість, засміченість, скловидність, вміст білка, клейковини, пукристість, жирність, кислотність, олійних та інші;
- правила взаємовідносин - зміст контрактів, умови і порядок укладення, правила розподілу отриманого доходу (виручки, прибутку), взаєморозрахунків, регулювання встановлених економічних і техніко-технологічних норм і нормативів, якісних параметрів продукції, відповідальності та інші;
- організаційний - виділення підрозділів відповідно до організаційно-виробничої структури, виявлені лідерів підрозділів, відкриття особових рахунків, обґрунтування виробничої програми, обґрунтування ресурсного забезпечення, вибір моделі оплати праці, розподільних відносин, обґрунтування трансфертних цін на продукцію і послуги внутрішнього обороту, розробка методики визначення, розподілу його між працівниками.

Суть даного підходу полягає в тому, що бізнес-процес виробництва сільськогосподарської продукції розбивається на окремі елементи: стадії, прийоми, операції, які управляються як самостійні об'єкти. При цьому робота з аналізу та оцінки технічних, технологічних і інших альтернатив визнається однією з стадій цього процесу. Тобто бізнес-процес можна уявити як оцінку альтернативних матеріальних ресурсів, технічних засобів, технологічних прийомів, ринків збуту, цінової кон'юнктури; безпосередньо технологічний процес виробництва продукції і реалізація. Причому на кожній стадії використовуються відповідні інструменти.

У будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [2]. Прибуток є узагальнюючим критерієм ефективності бізнес-процесу і діяльності сільськогосподарського виробника в цілому. Основна її частина направляється на розширення

виробництва, використання досягнень науково-технічного прогресу. За рахунок прибутку формується резерв, який обслуговує форс-мажорні обставини, фонди соціального розвитку та матеріального стимулювання, забезпечується виплата дивідендів. Розміри відрахувань за відповідними напрямками можуть бути самими різними виходячи зі стану матеріально-технічної бази, рівня її модернізації, соціальних гарантій, інших факторів і щорічно уточнюватися.

Такий підхід дозволяє оцінювати ефективність бізнес-процесу з позицій ринку. На ринку покупець оцінює конкурентні переваги продукції через якісні та цінові переваги, що виражається в зростанні обсягу продажів, виручки і прибутку. Однак найбільш повно конкурентні переваги проявляються через прибуток. Прибуток вловлює розширення продажів в силу виробництва високоякісної продукції, зниження витрат виробництва і як наслідок, лідерство в ціновій конкуренції. Саме через прибуток реалізуються такі виділені принципи, як соціально-економічне партнерство, гармонізація інтересів учасників бізнес-процесу, поділ ризиків між усіма його учасниками, усунення протиріч на всіх стадіях бізнес-процесу, ув'язка матеріальної винагороди результатами підприємницької діяльності.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринку» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЗЕРНОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ

***Перебийнос С.Д., Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н, професор Шабінський О.В.

Зерновиробництво є ключовою галуззю національної економіки, його розвиток є запорукою продовольчої безпеки держави. Крім того, експортний потенціал зернової галузі гарантує економічну стабільність аграрним підприємствам та державі в цілому. Тому, збереження та посилення позицій вітчизняних зерновиробників на міжнародному ринку неможливе без інвестування в інтенсивні технології вирощування зернових культур.

Інтенсивні технології представляють сукупність послідовних агротехнічних прийомів, які створюють умови для максимальної реалізації генетичного потенціалу сортів та можливості для отримання більш високої урожайності.

В основі інтенсивної технології лежать розміщення посівів культури після кращих попередників у системі сівозмін, вирощування високопродуктивних сортів; забезпечення рослин достатньою кількістю мінеральних елементів, застосування інтегрованої системи захисту рослин від бур'янів, хвороб і шкідників, своєчасне і якісне виконання всіх технологічних прийомів, а також, створення сприятливих умов росту і розвитку рослин, енергозбереження та природоохоронні заходи.

Застосування інтенсивної технології вимагає високої кваліфікації і відповідальності кадрів, оптимального складу машинно-тракторного парку, правильного комплектування агрегатів та високоефективного їх використання. Здійснення всього взаємозв'язку дій забезпечує максимальну віддачу від вкладених коштів.

Інтенсивний тип відтворення базується на максимальному використанні досягнень науково-технічного прогресу і підвищенні ефективності виробництва. Ефективність зернопродуктового підкомплексу має важливе значення не лише для аграрного виробництва, а й для економіки в цілому, має стратегічне значення [5].

Впровадження інтенсивних інноваційних технологій на агропідприємствах створює можливості для підвищення ефективності їх діяльності, що, в свою чергу, забезпечує можливості для інвестиційного розширення [3].

Однак, перешкодою для впровадження інноваційних агротехнологій у сільськогосподарських підприємствах є диспаритет цін. Зростання цін на енергетичні та матеріально-технічні ресурси відбувається значно швидше, ніж на сільськогосподарську продукцію. Останній факт породжує низьку платоспроможність аграріїв.

Необхідні інвестиції для відновлення, розширення, модернізації і реконструкції основних фондів. В ринкових умовах господарювання переважна більшість підприємств взагалі позбавлена можливості інвестицій не тільки для розширеного відтворення, а й для нормального відновлення основних та оборотних фондів [1].

Тому важливу роль у відновленні матеріально-технічної бази сільського господарства може зіграти збалансована інвестиційна політика, що проводиться як на державному так на і регіональному рівнях [2,4].

Література.

1. Заїка С.О. Інвестиційний потенціал підприємства та варіанти його формування / С.О. Заїка // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки – 2015. - Вип.13, ч.1 – С. 84-86.
2. Красноручький О.О. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / Красноручький О.О., Колпаченко Н.М., Смігунова О.В. // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 172. – Харків : ХНТУСГ, 2016 р. – С. 54-62.
3. Красноручький О.О. Ресурсні та ринкові аспекти забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників / О.О. Красноручький // Вісник ХНАУ. Сер. «Економіка АПК і природокористування». – 2008. – № 7. – С. 134 – 142.
4. Накісько О. В. Державна підтримка агропромислового комплексу в контексті інноваційно-інвестиційного відтворення / О.В. Накісько, С.В. Руденко // ХНТУСГ. - 2015. - Вип. 161. - С. 239-245. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2015_161_31.
5. Погріщук Б.В. Значення інновацій для інтенсифікації виробництва зернових культур / Б.В. Погріщук [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=25561>.



КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

***Поваляєва Д.В., Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – Бабан Т.О., старший викладач

В сучасних умовах ринкової економіки та зростання конкуренції на світовому 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. Проблема конкурентоспроможності посідає одне з провідних місць в економічному аналізі різних суб'єктів господарської діяльності, що

пояснюється об'єктивним посиленням міжнародної та внутрішньої конкуренції. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції.

Проблемою конкурентоспроможності в сільському господарстві займалися, як зарубіжні вчені А. Сміт, Д. Рікардо, А. Курко, Е. Хешер, М. Портер, Г. Азоев, А. Томпсон, А. Юданов, А. Стрікланд, так і вітчизняні науковці, зокрема: Б. Данилишин, О. Кваша, О. Кописко, О. Ліпанова, В. Міланич, О. Піменова.

Мета дослідження полягає у визначенні існуючої ситуації щодо рівня конкурентоспроможності в сільському господарстві в умовах міжнародної інтеграції.

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна. На їх думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури [1]. Однак, забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств не обмежується використанням тільки земельних ресурсів. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалим циклом виробництва, та ін.

Під конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції слід розуміти здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [1].

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на зовнішньому ринку визначається за допомогою показників структури та динаміки експорту та імпорту.

Наразі сільськогосподарська продукція займає значну частину у зовнішній торгівлі України. Так, в 2015 році питома вага сільськогосподарської продукції в структурі вітчизняного експорту товарів склала 38,2%. Сільське господарство залишається єдиною галуззю, яка має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Експорт аграрної продукції з України в 2015 році становив 14,6 млрд дол. США і перевищив імпорт на рекордні для країни за роки незалежності 11,1 млрд дол. США. Але існують чинники, які значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на 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 АПК, що призводить до збільшення вартості виробництва, значних втрат продукції під час її транспортування та зберігання [1]. Вітчизняна сільськогосподарська продукція має низький клас якості, внаслідок чого ціни на неї суттєво знижуються. Тому поліпшення якості є важливим чинником для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках [5].

Переважні конкурентні переваги продукції аграрного сектору України на світовому ринку формуються за рахунок низької собівартості, але зменшуються через низький рівень державної підтримки, доцільність якої обумовлена необхідністю забезпечення продовольчої безпеки та розвитку експортного потенціалу галузі. У зв'язку з цим, надзвичайно вагоме значення має державна цільова Програма розвитку українського села на період до 2015 року, яка затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 року № 1158. Згідно з цією Програмою обсяги фінансування сільського господарства і сільських територій із держбюджету та інших джерел на весь період 2008–2015 років становлять 128,2 млрд грн, або ж у середньому на рік близько 16 млрд грн. [1].

Але фактичні обсяги фінансування склали 64 млрд. грн., або ж 68% від запланованої суми. В межах цих коштів на заходи, що безпосередньо сприяють підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників були виділені кошти на: розвиток аграрного ринку – 25,3 млрд. грн.; удосконалення діючих інструментів та

реформування системи управління в аграрному секторі – 11,5 млрд. грн.; фінансове забезпечення аграрного сектору – 4,7 млрд. грн.;

Політика державної підтримки сільськогосподарських підприємств, безумовно, позитивно впливає на розвиток аграрного виробництва: сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та гарантуванню продовольчої безпеки держави в цілому.

Невикористаними залишаються можливості державної підтримки сільськогосподарських виробників в рамках заходів «зеленої скриньки» застосування яких дасть можливість покращити не лише кількісні, але й якісні показники вітчизняної сільськогосподарської продукції.

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 та висококваліфікованими кадрами для села, фінансування сільськогосподарського виробництва, вдосконалення цінової політики [6].

Висновки. Отже, 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, що виробляють сільськогосподарської продукції, налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами.

Література.

1. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія.] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270с.
2. Бабан Т.О. Институциональные факторы развития аграрного сектора экономики Украины в условиях глобализации // Инновационная экономика: материалы II Международной научной конференции, Казань: Бук, 2015. С. 19-21.
3. Кондратюк О.І. Конкурентоспроможність сільського господарства та шляхи її підвищення / О.І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1. – С. 56-63.
4. Експорт аграрної продукції з України за рік перевищив імпорт на рекордні \$11 мільярдів [Електронний ресурс] : - Режим доступу: <https://economics.unian.ua/agro/>
5. Ольховська Н.А. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Н.А. Ольховська // Економіка АПК. – 2008. – №11. – С. 116-119.
6. Прокопєць Л.В. Складові підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] : ЧНУ ім. Федьковича / Л.В. Прокопєць – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2011_7/37SPK.pdf



STATISTICAL ANALYSIS OF CAPITAL INVESTMENTS INTO UKRAINE BY TYPES OF ECONOMIC ACTIVITY

Povaliaieva D.V., Kharkiv national technical university of agriculture

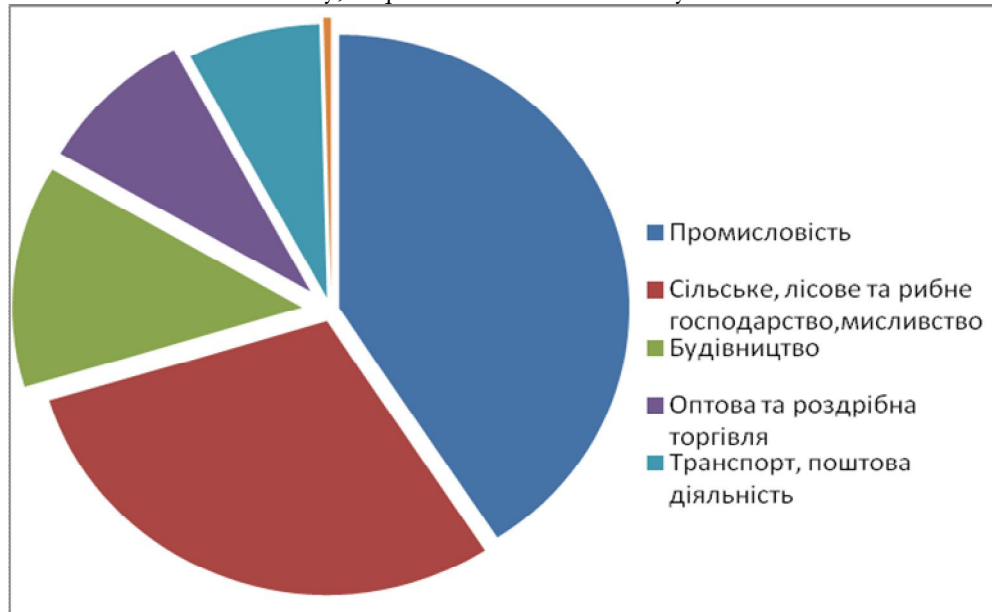
named by Petro Vasylenko

Supervisor. Danylenko V.V.

Investing nowadays is important for the development of any country. At a time when the world is on the brink of an economic crisis, the demand for investment is much higher than their supply. Ukraine is one of the countries that needs to invest in various sectors of the economy. Due to the unfavorable investment climate, the country fails to attract sufficient investment to stimulate further development and economic growth. Agriculture can not fully benefit from favorable natural conditions and high world prices for agricultural products.

The main goal of my work is to show the real state and prospects of financial support of investment processes in the agrarian sector of Ukraine.

The following **scientists** were engaged in the study of foreign investment abroad: Borsuk R., Razin A., Brigham E., Fisher, P. Among the domestic scientists who conducted research on investment issues, one can distinguish: Peresad A., Kovalenko Yu, Filipenko A., Buk Yanenko D., Voloshina V., O. Brain and other scientists. Despite a large number of studies, a number of issues, including the impact on the Ukrainian economy, require more detailed study.



Considering the distribution of capital investments into the Ukrainian economy by certain types of activities, in 2016, according to the State Statistics Committee of Ukraine, we observe that the agricultural sector is not very popular for attracting investments in the general form. The largest amount of funds is attracted to industry, which indicates the investment attractiveness of these industries and the existence of an effective management policy for them. The positive trend of attracting capital investments into agriculture is traced, but foreign direct investment occupies an important place in the structure of investments into the Ukrainian economy. Despite a small share in total investments, they have a significant impact on its development. According to the State Statistics Committee of Ukraine, it can be seen that for all four years (2011 - 2014) the same industry remains the leader. In addition, it is important to point out that the flow of investment in other areas of activity relative to agriculture is increasing year by year. As of January 1, 2017, the major part of investments is directed to the Ukrainian industry - 38.7% of direct investments, as well as to financial and insurance companies - 25%, wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles - 8.3%, organizations real estate - 7.5%, scientific and technical organizations - 3448,4 million dollars, or 5.9%. The sector of agriculture, forestry and fisheries accounts for only 14.3%. [1]

During the last decade, domestic and foreign investments in agriculture have increased, although the share of investments in the agricultural sector in the total volume of investments remains small. European countries - the main source of foreign direct investment, and large European and American companies in agribusiness plan to significantly increase their investments in the coming years, regardless of political uncertainty. Investors from China and the Gulf countries are also beginning to make significant investments in this sector. Although Ukraine has quickly improved its business ranking, there is still room for further improvement in some areas, in particular in the field of state regulation. The recently developed Strategy for the Development of Agriculture and Rural Areas for the period 2015-2020 should help to use the potential of Ukraine, in particular, in promoting the integration with the EU [2].

Given the aforementioned, there is not an acute problem. Needless to look for effective tools to grow up investment in the economy of Ukraine in a crisis. We believe that the key should be the following: 1) Providing favorable macrofinancial conditions of realization of investment activity and

increase the efficiency of public investment; 2)Improvement of fiscal stimulation of the investee activities; 3)strengthening control over monetary factors influence on the stability of the monetary unit; 4)ensuring the development of the Ukrainian stock market no; 5)Expansion of volume and availability of credit for security for the implementation of investment projects; 6)Improvement of custom tariffs regulation of investment operations; 7) improvement of financial legislation in the sphere of investments; 8)integration of the domestic financial sector to world capital markets, etc.

Conclusion. Under current conditions, Ukraine faced an objective need to intensify the investment process. Structural and qualitative renewal of production and the establishment of market infrastructure almost entirely occur through and through capital investment. The larger the volume and the higher the investment efficiency, the faster the reproduction is a process, positive market transformations are carried out. On the other hand, inadequate investment leads to a loss of competitiveness of the national economy, a decline in fixed capital, a decline in production and an increase in the cost of production, which in turn causes an aggravation of the problem of investment resources and, consequently, a reduction of investment activity. In general, the expansion of investment opportunities of entities management should be based on qualitative improvement of the financial system, first of all, due to increased efficiency of financial and credit levers to change the model of behavior of the state and enterprises from consumer to investment, will promote not only the stabilization of economic development, but also bring the economy of Ukraine from the crisis to a new level of competitiveness.

Literature.

1. The State Statistics Service of Ukraine (2009), "On approving the methodology for determining the capital investment index", available at: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0494202!09> (Accessed 15 October 2015).
2. The State Statistics Service of Ukraine (2015), Basic indicators of social and economic development of Ukraine, available at: <http://ukrstat.gov.ua> (Accessed 15 October 2015).
3. Palyvoda, K.V. (2009), Kapital'ni investytsii (na prykladi zhytlovoho budivnytstva v Ukraini) [Capital investment (for example, housing construction in Ukraine)], Znannia", Kyiv, Ukraine.
4. Shevchuk, V.Ya. and Rohozhyn, P.S. (1997), Osnovy investytsiinoi diial'nosti [Foundations for investment], Heneza, Kyiv, Ukraine.



ОРГАНІЗАЦІЯ СТАТИСТИКИ В УКРАЇНІ

***Полтинкін В.В., Устименко А.В., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – к.е.н., доцент Луценко О.А.

Важко переоцінити значення статистики в сучасному суспільстві. За допомогою надійних та об'єктивних статистичних даних можна оцінити стан економічного розвитку суспільства, рівень інтегрованості держави в міжнародне економічне співтовариство. Статистичні дані для суспільства є, свого роду, дзеркалом економічного і соціального стану суспільного життя. Саме вивченням економічного і соціального становища країни, окремих її регіонів, галузей, об'єднань, фірм, підприємств займаються спеціально створені з цією метою органи, які в сукупності називаються статистичною службою.

В організації статистичної діяльності країни світу обирають один з двох шляхів – створення централізованої системи державної статистики або децентралізованої системи статистичних організацій. Україна обрала перший шлях. В Україні існує центральний статистичний орган, який керує статистичною діяльністю – це Державна служба статистики України, завдання якої визначені Законом України про державну статистику [1].

Державна служба статистики України має систему статистичних органів, побудовану за адміністративно-територіальним принципом. Вона видає накази, інструкції та рекомендації з

питань організації обліку та звітності, які є обов'язковими для виконання усіма суб'єктами господарювання незалежно від форми власності. Підприємства, організації та установи подають до районних (міських) відділів та обласних управлінь статистики статистичні звіти та інші документи. Структурні підрозділи Державного комітету статистики України мають такий склад [2].

Департамент макроекономічної статистики.

Департамент статистики виробництва.

Департамент міжгалузевої статистики підприємств.

Департамент статистики послуг.

Департамент статистики сільського господарства та навколишнього середовища.

Департамент обстежень домогосподарств. Департамент статистики торгівлі. Департамент статистики праці.

Департамент статистики населення та адміністративно-територіального устрою.

Департамент статистики цін. Департамент інформатизації. Департамент зведеної інформації.

Департамент планування та організації статистичних спостережень. Департамент фінансового забезпечення, бухгалтерського обліку та звітності.

Департамент кадрово-організаційного забезпечення. Адміністративно-господарський департамент.

Управління статистики зарубіжних країн та міжнародного співробітництва.

Сектор правового забезпечення та зв'язків з Верховною Радою України. Сектор контрольно-ревізійної роботи. Сектор режимно-секторної роботи. Сектор контролю виконання.

Всередині департаментів є ряд відділів. Зазначені органи становлять єдину систему органів державної статистики України.

При Державній службі статистики України функціонує науково-дослідний інститут статистики, який веде узагальнення наукових досліджень з теорії та методології статистики.

Державний служба статистики України здійснює державне управління всією, що знаходиться в його веденні єдиною системою статистичних органів, справою статистики, обліку і звітності у всіх галузях економіки, створенням і функціонуванням статистичної інформаційної системи на основі єдиної наукової методології.

Права, обов'язки і функції органів державної статистики визначені Законом України "Про державну статистику"[1], Законом України «Про інформацію»[2], Указом Президента України «Про положення про національну раду з питань статистики при Президенті України [3], Постановою Кабінету Міністрів «Про концепцію побудови національної статистики [4].

Органи державної статистики проводять перевірку стану звітності, достовірність та повноту звітних даних. Вони також здійснюють спеціально організовані статистичні спостереження, складають баланси, обчислюють макроекономічні показники, показники рівня життя населення тощо.

Одним із завдань органів державної статистики Найважливішими завданнями статистики є:

1.Збирання, розробка, узагальнення і аналіз статистичних даних, які характеризують стан і розвиток суспільного виробництва і соціальної сфери України.

2.Всебічне дослідження на основі науково обґрунтованої системи статистичних показників корінних перетворень економічних і соціальних процесів, що відбуваються у суспільстві. Реалізація державної політики в галузі статистики.

3.Своєчасне забезпечення вичерпною і достовірною інформацією законодавчі, виконавчі, управлінські та господарські органи, а також широкої громадськості.

4.Розробка статистичних даних, які показують хід виконання планів економічного розвитку, а також статистичних даних, необхідних для складання планів і розробки прогнозів розвитку суспільства.

5.Пропаганда передового досвіду, розробка даних, які характеризують ефективність нових технологій, форм організації праці і виробництва, ринкових відносин, міжнародних економічних зв'язків та ін.

6. Всебічне і глибоке вивчення пропорцій і взаємозв'язків у економіці, факторів і резервів підвищення ефективності суспільного виробництва, зростання продуктивності праці і життєвого рівня населення.

7. Удосконалення статистичної методології і системи статистичних показників, які характеризують стан і розвиток економіки і культури України, збирання і обробки статистичної інформації, економіко-статистичного аналізу соціально-економічних явищ і процесів, що відбуваються у суспільному житті України. Упровадження новітніх інформаційних технологій з обробки статистичної інформації.

8. Розробка питань створення загальнодержавної автоматизованої системи збирання, нагромадження, обробки і аналізу статистичної інформації на основі новітньої обчислювальної техніки. Збереження та захист статистичної інформації.

9. Забезпечення розробки, вдосконалення та впровадження системи державних класифікаторів техніко-економічної та соціальної інформації, які використовуються для проведення статистичних спостережень.

10. Розробка заходів щодо зближення вітчизняної методології статистичних досліджень з методологією і стандартами міжнародної статистики, яку здійснюють Статистична комісія ООН, Міжнародний статистичний інститут та інші міжнародні організації, впровадження у статистичну практику системи національних рахунків ООН.

Це найбільш загальні і важливі завдання національної статистики; на окремих етапах розвитку суспільства вони насичуються новим конкретним змістом.

Процеси інтеграції у світовий економічний простір зумовили зміни у вітчизняній системі статистичних показників, реформування статистичного і бухгалтерського обліку згідно з міжнародними стандартами, запровадження національного рахівництва, поживавлення контактів з міжнародними статистичними організаціями, такими як Міжнародний статистичний інститут, Статистична комісія ООН, Бюро секретаріату ООН та ін. [5].

Реалізація заходів щодо удосконалення державної статистики, насамперед, дасть змогу суттєво підвищити рівень інформаційного забезпечення політичних рішень щодо соціально-економічного розвитку країни та її регіонів, а також зможе забезпечити отримання об'єктивної, якісної та надійної інформації про стан економіки, соціальної сфери, довкілля, яка буде відповідати міжнародним вимогам та стандартам на рівні, рекомендованому для статистичних служб країн-претендентів на членство в ЄС.

Література.

1. Закон України «Про державну статистику» [Електронний ресурс]: Закон України від 17.09.1992р. із змінами і доповненнями.- Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5495-17>.

2. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Закон України «Про інформацію» [Електронний ресурс]: Закон України від 2.10.1992р. із змінами і доповненнями.-Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5495-17>.

4. Про концепцію побудови національної статистики. Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 4.05.1996р. № 251[Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5495-17>.

5. Бублик С.Г. Удосконалення державної системи статистичного спостереження за розвитком дослідницького потенціалу в Україні /С.Г.Бублик // Статистика України.- 2011.- № 2.- С.84-87.



ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАГАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Пронь О.А., Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка***

Науковий керівник – к.е.н., старший викладач Крутько М.А.

Ринкові відносини, що формуються в Україні, обумовлюють посилення конкуренції як основного механізму регулювання господарського процесу. Конкурентоспроможність підприємства, акціонерного товариства, будь-якого іншого господарюючого суб'єкта значною мірою забезпечується належним управлінням фінансовими ресурсами і капіталом, що знаходиться у розпорядженні. Для організації такого управління потрібно знати методологію і методику фінансового менеджменту, вміти застосовувати його прийоми на практиці.

Фінансовий менеджмент - специфічна система управління грошовими потоками, рухом матеріальних ресурсів і відповідною організацією фінансових відносин організації.

На думку А.М. Поддєрьогіна, фінансовий менеджмент має різні форми прояву. З функціональної точки зору суть фінансового менеджменту полягає в системі економічного управління, де він є частиною фінансового механізму. З інституційної точки зору фінансовий менеджмент є органом управління. З організаційно-правової точки зору – це вид підприємницької діяльності [1].

Фінансовий менеджмент можна представити у виді системи раціонального й ефективного використання капіталу, механізму управління рухом фінансових ресурсів.

Фінанси підприємств є грошовими відносинами, що пов'язані з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів і доходів підприємства.

Від того, наскільки ефективно менеджери підприємства управлятимуть рухом фінансових ресурсів та відносин, що виникають у результаті такого руху, залежить майбутнє підприємства. Некваліфіковані фінансові рішення можуть призвести до скорочення обсягів виробничо-господарської діяльності, а то й до повного краху підприємства.

Виважені рішення, які ґрунтуються на всебічному аналізі зовнішніх і внутрішніх чинників, які визначають фінансово-господарську діяльність підприємства, забезпечать його стабільне економічне зростання та стійкий інтерес до нього інвесторів.

У цілому, система управління фінансами підприємства, розроблена кваліфікованими фінансовими менеджерами, яка відображає сучасні погляди на управління корпоративними фінансами, використовує результати фінансового аналізу і включає складання та реалізацію стратегічних та операційних планів, виступає основною передумовою ефективної фінансово-господарської діяльності й економічного зростання підприємства [2].

Система управління фінансами підприємства включає прийняття фінансових рішень щодо управління фінансовими ресурсами підприємства а також фінансовими відносинами, які виникають у процесі руху фінансових ресурсів. Діяльність фінансового менеджера, який приймає ці рішення, концентрується на вирішенні питань, пов'язаних з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів, тобто з кругообігом капіталу на підприємстві. Вона охоплює всі види діяльності підприємства – операційну, фінансову та інвестиційну.

У процесі формування фінансових ресурсів і фінансової діяльності менеджер приймає рішення щодо структури та обсягу власних коштів підприємства, використання для їх збільшення зовнішніх та внутрішніх джерел, залучення позикового капіталу й створення оптимальної його структури. При цьому він проводить оцінку обсягу, строку, вартості фінансування, методів мобілізації ресурсів, а також ризиків, які супроводжують процес формування капіталу.

Фінансовий менеджер обґрунтовує використання для здійснення інвестицій конкретних джерел фінансування, оцінює доцільність вкладення коштів у той чи інший інвестиційний проект, а також використовує вільні фінансові ресурси для формування портфеля цінних

паперів з метою отримання додаткового прибутку та для підтримання ліквідності підприємства на належному рівні [3, с. 36-38].

У процесі управління операційною діяльністю, яка забезпечує основну частину прибутку підприємства, фінансовий менеджер в основному вирішує тактичні завдання, оскільки управління товарними запасами, дебіторською заборгованістю чи грошовими коштами потребують вирішення низки питань у межах одного операційного циклу.

Управління податками або процесами формування та розподілу прибутку пов'язані з вирішенням як тактичних, так і стратегічних завдань. Зокрема, створення ефективного механізму розподілу прибутку і відповідної йому дивідендної політики є одним із найважливіших стратегічних завдань фінансового менеджера, оскільки наслідки ефективної (чи неефективної) дивідендної політики мають величезний вплив на подальший розвиток підприємства.

Саме тому формування та реалізацію дивідендної політики, як і управління фінансовою та інвестиційною діяльністю підприємства, відносять до основних сфер прийняття управлінських рішень [4, с. 43-44].

До основних функцій фінансового менеджменту як спеціальної галузі управління підприємством відносяться наступні.

Функція управління активами – виявлення реальної потреби в окремих видах активів, виходячи з передбачуваних об'єктів операційної діяльності підприємства, та визначення їх суми в цілому, оптимізація складу активів з позицій ефективності комплексного їх використання, забезпечення ліквідності окремих видів оборотних активів і прискорення циклу їх обігу, вибір ефективних форм і джерел їх фінансування.

Функція управління капіталом. У процесі реалізації цієї функції визначається загальна потреба в капіталі для фінансування підприємства; оптимізується структура капіталу з метою забезпечення найбільш ефективного його використання; розробляється система заходів з рефінансування капіталу в найбільш ефективні види активів.

Функція управління інвестиціями - полягає у визначенні найважливіших напрямів інвестиційної діяльності підприємства; оцінці інвестиційної привабливості окремих реальних проектів і фінансових інструментів і відбір найбільш ефективних з них; формуванні реальних інвестиційних програм і портфеля фінансових інвестицій; виборі найбільш ефективних форм фінансування інвестицій.

Функція управління грошовими потоками полягає у формуванні вхідних і вихідних потоків грошових коштів підприємства, їх синхронізації за обсягом і в часі по окремим майбутнім періодам, ефективне використання залишку тимчасово вільних грошових активів.

Функція управління фінансовими ризиками та запобігання банкрутству. У процесі реалізації цієї функції виявляється склад основних фінансових ризиків, властивих господарській діяльності даного підприємства; здійснюється оцінка рівня цих ризиків і обсяг пов'язаних з ними можливих фінансових втрат в розрізі окремих операцій і з господарської діяльності в цілому; формується система заходів з профілактики та мінімізації окремих фінансових ризиків, а також їх страхування; на основі постійного моніторингу діагностується рівень загрози банкрутства і при високому рівні використовуються механізми антикризового фінансового управління підприємством [5].

Отже, в сучасних умовах об'єктивно зростає роль фінансового менеджменту як комплексу взаємопов'язаних управлінських рішень і заходів на різних рівнях управління фінансовими ресурсами, спрямованих на підвищення ринкової вартості підприємства.

Література.

1. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств : підручник / А.М. Поддєрьогін, М.Д.Білик, Л.Д.Буряк та ін. : кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2012. – 546 с.
2. Крутько М.А. Фінансовий менеджмент підприємств в сучасних реаліях міжнародної інтеграції / М.А. Крутько // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – № 177. – 2016. – С. 186 – 191.
3. Козеко А.В. Фінансовий менеджмент як основа діяльності підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/29_SSN_2013/Economics/6_145646.doc.htm.

4. Брігхем Є. Основи фінансового менеджменту: Підручник // Євген Ф. Брігхем; Пер. з англ. В.Біленький та ін.; Київ. нац. ун-т ім. Т.Г.Шевченка, Кафедра фінансів, грошового обігу та кредиту. – К.: КП "ВАЗАКО": Молодь, 1997. – 998, IV с.

5. Шелудько В. Фінансовий менеджмент: Підручник / В. Шелудько. – К.: Знання, 2006. – 439 с.



АНАЛІЗ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Романашенко І.О., Романашенко М.О., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., доцент Луценко О.А.

Харчові продукти це особливі і нічим не замінні товари щоденного споживання. Їх наявність, якість та доступність являються головними умовами життя та працездатності людини, а також головним критерієм продовольчої безпеки країни.

Продовольча безпека – це такий рівень продовольчого забезпечення населення, який гарантує соціально-політичну стабільність у суспільстві, вживання і розвиток нації, особи, сім'ї, стійкий економічний розвиток.

Проблеми продовольчої безпеки вивчали як зарубіжні так і вітчизняні науковці такі, як Гойчук О. І.[1], Кваша С. М.[4], Саблук П. Т.[5], Ільїна З. М.[2] та інші.

Метою цієї роботи є визначення особливостей продовольчої безпеки України у 2016 році.

Одним із міжнародних показників, які характеризують продовольчу безпеку держави, є Глобальний індекс продовольчої безпеки (The Global Food Security Index). Цей показник оцінює основні аспекти фінансової та фізичної доступності продовольства, а також якості та безпеки продуктів харчування в 113 країнах світу (табл. 1)[8].

Таблиця 1

Динаміка значення глобального індексу продовольчої безпеки України

Рік	Значення індексу	Місце у світовому рейтингу
2012	57,8	46
2013	57,6	48
2014	56,6	52
2015	54,4	59
2016	55,2	63

У 2016р. серед сильних аспектів були названі такі: невисока частка населення, яка перебуває за глобальною межею бідності (витрачає менше ніж \$1,90 за день на особу), безпека продовольства, низькі ввізні мита, достатнє постачання та наявність програм з дотримання безпеки продовольства. Слабкими сторонами виявились високий рівень корупції, ризики політичної нестабільності, низьке значення ВВП на душу населення.

Для порівняння, в 2016р. Німеччина посіла 7 місце у світовому рейтингу зі значенням індексу 82,5, а Канада зайняла 9 місце, показник індексу 82,2 [8].

У Законі України «Про продовольчу безпеку» наведено такі критерії оцінювання стану продовольчої безпеки [3]:

1. граничний критерій індикатора незалежності продовольчого ринку; (рис. 1);
2. граничний критерій індикатора економічної доступності харчових продуктів; (рис. 2);
3. граничний критерій індикатора споживання населенням харчових продуктів (рис. 3,4);

		Обсяг імпорту у 2016 році (дані Держстату)	Обсяг внутрішнього продовольчого споживання у 2016 році (дані Держстату)	Індикатор імпортозалежності, %	
				2016 рік	2015 рік (довідково)
Хліб і хлібопродукти		192	5745	3,3	3,2
М'ясо і м'ясопродукти		182	2195	8,3	7,3
Молоко і молокопродукти		105	8942	1,2	0,9
Риба і рибопродукти		306	410	74,6	64,6
Яйця і яйцепродукти (млн. шт.)		87	11409	0,8	1,6
Овочі та баштанні		136	6984	1,9	1,4
Плоди, ягоди та виноград		732	2119	34,5	27,0
Картопля		27	5966	0,5	0,3
Цукор		5	1420	0,4	0,3
Олії рослинні всіх видів у т.ч. олія соняшникова		219	497	44,1	30,5
		1	450*	0,2	0,2

*/розрахунково

Рис. 1. Продовольча незалежність за окремим продуктом в Україні, тис.т. [5]

Водночас по трьох групах продовольства частка імпорту традиційно перевищує встановлений 30-ти відсотковий граничний критерій для цього індикатора. Найвищий рівень імпортозалежності – майже 75% – відмічався по групі "риба і рибопродукти", оскільки 90% імпортованих поставок припадає на види риб, які видобуваються виключно у водах морських економічних зон інших держав, що пов'язано з особливостями їх біологічного циклу.

У 2016р.і індикатор економічної доступності становив 51,5% при його 60-ти відсотковому граничному критерії. Порівняно з 2015 роком даний показник зменшився на 1,7 відсоткових пункти [5].

У структурі споживчих витрат на продукти харчування, перше місце посідають витрати на: м'ясо і м'ясопродукти – 22% (657грн на домогосподарство на місяць), друге - хліб і хлібопродукти – 15 % (439 грн), третє - молоко і молочні продукти – 13 % (386 грн).

Питома вага витрат на харчування в Україні подекуди в 4-5 разів вище, ніж у країнах Євросоюзу. Навіть порівняно з країнами колишнього СРСР, найвища частка витрат на продовольство в українців [7] (рис. 3).

У минулому році середньодушове споживання продуктів харчування погіршилося у 6 із 10 основних продовольчих груп: молокопродукти, яйця, фрукти, цукор, олія, хлібопродукти.

Тільки по трьох, найбільш економічно доступних продовольчих групах, споживання знаходилося на рівні (або перевищило) встановлену раціональну норму: хліб та хлібопродукти; овочі та баштанні; картопля [5] (рис. 4).

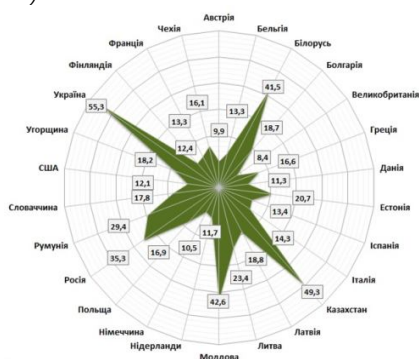


Рис. 2. Частка витрат на харчування у сукупних споживчих витратах домогосподарств у окремих країнах світу, %

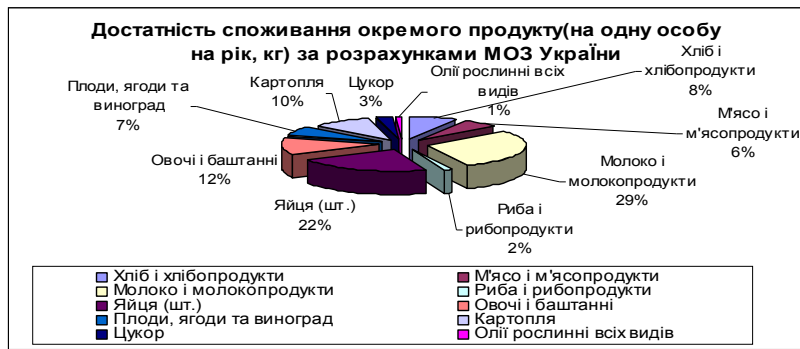


Рис. 3 [Складено автором за даними джерела 5]

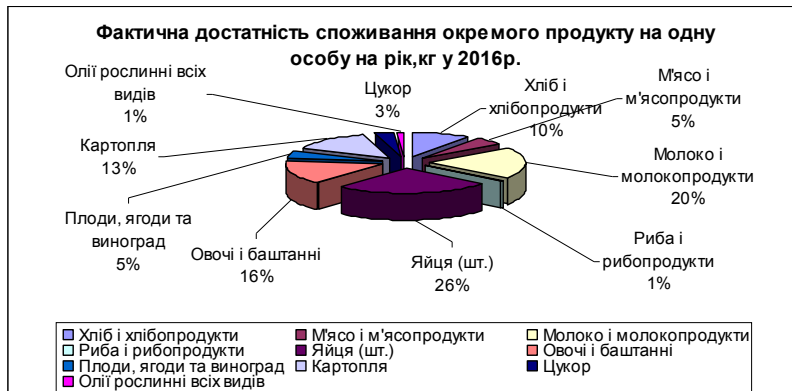


Рис.4 [Складено автором за даними джерела 5].

Аналізуючи дані рис. 3 і 4 слід зауважити, що індикатору достатності споживання відповідали лише три види продуктів: хліб і хлібопродукти, овочі та баштанні та картопля, близько до норми знаходились яйця, цукор і олія. Щодо споживання риби, м'яса і молока, то ці показники займають найнижчий рівень

Отже, у 2016р. відбулося погіршення значень більшості індикаторів, що характеризують стан продовольчої безпеки України: знизився рівень доступності харчування для населення: витрати на харчування становили в 2015р.- 53,1%; в 2016р.-51,5%. Таким чином відбулося зменшення ємності внутрішнього ринку завдяки зниженню рівня споживання за такими продовольчими групами, як молокопродукти, яйця, фрукти, цукор, олія, хлібопродукти.

Але Україна має можливість не тільки забезпечити внутрішню продовольчу безпеку, а й стати конкурентним гравцем на світовому ринку продовольства. Для цього державна політика забезпечення продовольчої безпеки в сучасних умовах повинна полягати в стимулюванні виробництва сільськогосподарської продукції вітчизняними виробниками.

Література.

1. Гойчук О.І. Продовольча безпека, монографія. / О.І. Гойчук. – Житомир: Полісся, 2004. – 348 с.
2. Ильина З.М. Продовольственная безопасность: теория, методология, практика / З.М. Ильина. – Минск: Ин-т экономики НАН Беларуси, 2007. – 230 с.
3. Закон України «Про продовольчу безпеку України» від 22.12.2011 р. № 4227-IV. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
4. Кваша С.М. Зовнішньоекономічна діяльність АПК України: стан, стратегія і тактика розвитку / С.М. Кваша. – К.: ЗАТ «НІЧВАЛА». – 2000. – 252 с.
5. Продовольча незалежність за окремим продуктом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Саблук П.Т. Продовольча безпека України / П.Т. Саблук, О.Г. Білору, В.І. Власов. // Економіка АПК, 2009 - №10 – С. 3-7.
7. Частка витрат на харчування у сукупних споживчих витратах домогосподарств у окремих країнах світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org>
8. Global Food Security Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.foodsecurityindex.eiu.com>

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

*Романашенко І.О., Романашенко М.О., Харківський національний технічний
університет сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – д.е.н., професор Онегіна В.М.

Проблема конкурентоспроможності за останнє десятиліття в Україні стала однією з найбільш обговорюваних, та існує необхідність її усестороннього дослідження. Конкурентоспроможність продукції є одним з головних чинників, який визначає успіх ринкової діяльності товаровиробників. Забезпечення конкурентоспроможності та її підвищення належить до найбільш пріоритетних цілей виробників.

Конкурентоспроможність країни – це здатність економіки однієї держави конкурувати з економіками інших держав за рівнем ефективного використання національних ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства й забезпечення на цій основі високого та постійно зростаючого рівня життя населення.

Жорстка конкурентна боротьба на світових ринках потребує від України пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності національної економіки, формування у країні потужного інноваційного та науково-технічного потенціалу, сприятливого бізнес-середовища, що в перспективі дозволить зайняти гідні позиції на міжнародних ринках.

Проблеми встановлення рівня міжнародної конкурентоспроможності країн досліджували такі вчені, як Паламарчук О. М. [2], Дергачова В. В. [1], Шевченко О.О.[4], Дж. Сакс, М. Портер [5] та інші.

Метою цієї роботи є визначення особливостей сучасного стану конкурентоспроможності України у світовому економічному просторі.

М. Портер, автор теорії конкурентних переваг, зазначав, що конкурентоспроможність у національній економіці визначається здатністю підтримувати продуктивність праці на значно вищому рівні, ніж у конкурентів, шляхом безперервного впровадження інновацій. Країна досягає високої конкурентоспроможності не у всіх галузях господарства, а лише у тих, у яких вона має конкурентні переваги [5].

На мою думку, найважливіша передумова конкурентоспроможності країни – це активна діяльність держави, яка визначає і здійснює стратегію конкурентоспроможності.

В наш час розробляються, оцінюються та застосовуються багато інструментів, які дозволяють здійснити комплексний аналіз показників конкурентоспроможності країн. Найбільш поширеними є: індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index), індекс глобалізації (KOF Index of Globalization), індекс легкості ведення бізнесу (Ease of doing business Index), індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom), індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index, CPI), індекс розвитку людського потенціалу (Human Development Index, HDI), індекс свободи преси (Press Freedom Index, PFI).

Найвідомішим є рейтинг міжнародної конкурентоспроможності країн за «індексом глобальної конкурентоспроможності» (The Global Competitiveness Index). За результатами опитувань 14 тисяч керівників компаній у 144 країнах світу, був складений рейтинг країн за Індексом глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), в якому Україна у 2016-2017 рр. посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-у позицію) (рис. 1).

Індекс глобальної конкурентоспроможності складається з більш ніж 100 змінних, що згруповані у 12 контрольних показників за 3 основними групами субіндексів: «Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності» та «Інновації та фактори вдосконалення» (рис. 2).

Згідно з даними дослідження, Україна погіршила свої позиції по 7 з 12 основних показників. Найбільше втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці», по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров'я і початкову освіту.

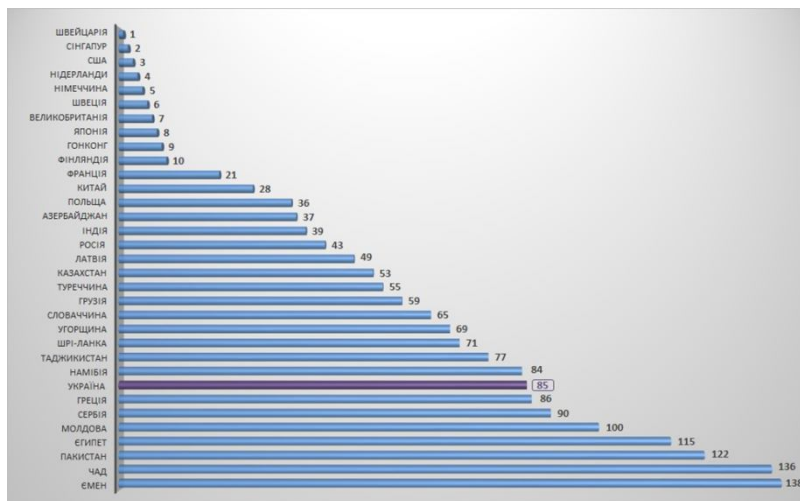


Рис. 1. Україна в рейтингу глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму [3]

ІНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ	2015-2016 (140 країн)	2016-2017 (138 країн)		ТРЕНД (10 останніх досліджень)
		місце в рейтингу	індекс	
	79	85	4,0	
ОСНОВНІ ВИМОГИ	101	102	4,0	
ІНСТИТУЦІЇ	130	129	3,0	
ІНФРАСТРУКТУРА	69	75	3,9	
МАКРОЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ	134	128	3,2	
ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я ТА ПОЧАТКОВА ОСВІТА	45	54	6,0	
ПІДСИЛЮЮЧІ ПРОДУКТИВНОСТІ	65	74	4,0	
ВИЩА ОСВІТА І ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА	34	33	5,1	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКУ ТОВАРІВ	106	108	4,0	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РИНКУ ПРАЦІ	56	73	4,2	
РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ	121	130	3,0	
ТЕХНОЛОГІЧНА ГОТОВІСТЬ	86	85	3,6	
РОЗМІР РИНКУ	45	47	4,4	
ІННОВАЦІЇ ТА ФАКТОРИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	72	73	3,5	
ВІДПОВІДНІСТЬ БІЗНЕСУ СУЧАСНИМ ВИМОГАМ	91	98	3,6	
ІННОВАЦІЇ	54	52	3,4	

Рис. 2. Складові Індексу глобальної конкурентоспроможності України [3]

Негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні визначено (в порядку зменшення): корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну державну бюрократію, ускладнений доступ до фінансів, часту зміну урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатню здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, погану етику робочої сили, низьку якість охорони здоров'я та недостатню освіченість працівників.

На думку вітчизняних експертів, поступове зниження конкурентоспроможності України в міжнародних рейтингах пов'язане із нестабільною політичною ситуацією в країні [1;2]. Тому пошук шляхів підвищення конкурентних позицій країни у світовому економічному просторі є одним із найважливіших завдань українського уряду.

Отже, для переходу української економіки на новий рівень розвитку міжнародної конкурентоспроможності необхідно забезпечити політичну та економічну стабільність, захист прав власності, прозорість, обґрунтованість та передбачуваність державного регулювання. А також зусилля держави треба спрямувати на формування сприятливого бізнес-середовища, яке дозволить реалізувати наявний інноваційний та людський потенціал, що стане передумовою поступового підвищення міжнародної конкурентоспроможності України у світових рейтингах.

Література.

1. Дергачова В. В. Україна в системі міжнародної конкурентоспроможності: оцінка позицій, причини і шляхи відродження / В. В. Дергачова, Т. Г. Шеремет // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010. - №7. – С. 86-90.
2. Паламарчук О. М. Міжнародна конкурентоспроможність України: оцінка проблеми та шляхи покращення конкурентних позицій [Електронний ресурс].
3. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016-2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.edclub.com.ua>
4. Шевченко О. О. Моделі підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни: теоретико-методологічний аспект / О. О. Шевченко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. - №3. – С. 25-28.
5. Porter M/ (1990). The Competitive Advantage of Nations, The Free Press, A Division of Macmillan.



СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ЕМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В КІНЦІ ХІХ СТОЛІТТЯ

Романашенко М.О., Романашенко І.О., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к. іст. н., доц. Бондар Н.О.

Еміграція як соціальне явище дуже розповсюджена у світі і має різні причини. Значення цього феномену не слід применшувати, тому що рухливість населення тим чи іншим чином впливає на життя народів та розвиток держав. В історії України виділяють три хвилі переселенського руху:

- перша – з початку 70-х років ХІХ століття до початку Першої світової війни – економічна еміграція;
- друга – період між двома світовими війнами (1917–1939 рр.) – економічно-політична;
- третя – роки Другої світової війни та повосенний період – політична.

Але вже за умов існування незалежної України виникла і значно посилилась нова хвиля трудової еміграції. І якщо перші три хвилі виникли на українських землях, коли ті входили до складу інших держав, то сучасна хвиля розвивається в межах незалежної України. Тож, на сьогодні, тема дослідження причин еміграційних процесів в Україні є досить актуальною, бо ці процеси мають динаміку щодо посилення. На жаль, сьогодні жодна з державних структур офіційно не відстежує, тим паче не регулює виїзду наших людей за кордон, не займається захистом їхніх прав та виявленням інших проблем трудової міграції.

Досліджуючи українську еміграцію початку ХІХ ст. автором поставлені такі завдання:

- визначити роль українства в загальносвітових еміграційних процесах кінця ХІХ ст.;
- проаналізувати умови формування такого феномену як українська діаспора;
- виділити економічні причини еміграції українського населення в кінці ХІХ ст. та порівняти їх з причинами сучасної еміграції.

Протягом останніх десятиліть ХVІІІ ст. та всього ХІХ ст. український народ, економічно визискуваний і політично переслідуваний в Україні, відчував щораз більший голод на землю. Водночас окупаційні імперські уряди спроваджували на українські землі чужинців (головно росіян і німців), яким не тільки давали земельні наділи, але й матеріальну допомогу, щоб вони могли загосподаритися.

Створювалася парадоксальна ситуація — українські землі колонізували чужинці, а український селянин, не маючи достатньо землі для утримання власної родини, мусив шукати вільних земель поза межами своєї Батьківщини.

Після ліквідації феодально-кріпосницьких відносин на всій території України значно посилювався і прискорювався процес становлення і консолідації української нації на етнічній основі.

В цілому територія України кінця XIX ст. охоплювала 850 тис. км², з них 9/10 перебувало під владою Росії, а 1/10 під владою Австро-Угорської імперії[4].

Становлення і консолідація української нації супроводжувались абсолютним зростанням населення України на всій її території за рахунок природного приросту та внаслідок переселення в Україну великих мас вільнонайманих працівників з багатьох губерній європейської Росії. Так, в 50-х - 90-х рр. XIX ст. населення західноукраїнських земель зросло з 3,9 млн. чоловік до 5,9 млн.

Нестерпний соціально-економічний і політичний гніт та міцніюче у масах почуття особистої громадянської свободи, породили масову еміграцію українців.

Соціально-економічні причини еміграції з західноукраїнських земель полягали у безземеллі і малоземеллі, безробітті через надлишок працездатного населення, хронічному голодуванню, нестерпних податках та ін. Східна Галичина, Північна Буковина і Закарпаття були найвіддаленішою східною окраїною Австро-Угорської імперії. Її правлячі виявились нездатними забезпечити українських селян вільними землями. Таких земель держава практично не мала, тому їй не чинила шкоди переселенню українців за кордон.

Українські емігранти не осідали в інших країнах Європи, де вільних земель давно не існувало, а направлялися на Американський континент. Найперші нечисельні групи українців на території англійських колоніальних володінь у Північній Америці з'явилися після того, як уряд Польщі у 1658р. на всіх підвладних їй землях заборонив проживання людей не католицької віри. Тих українців, які не погодилися прийняти католицьку чи греко-католицьку віру, змусили покинути Батьківщину.[1]

У 70-90-х рр. XIX ст. увесь потік емігрантів з України спрямовувався до США, Канади і Бразилії. Уряди цих країн заохочували масове переселення з-за кордону. У США перші українські емігранти осіли на території штатів Коннектикут, Нью-Джерсі, Нью-Йорк, Огайо, Пенсильванія та ін.[4]

Всі, хто бажав працювати, навіть не маючи професії, влаштувалися чорноробами на заводах, фабриках, шахтах. Так, перша емігрантська група українських переселенців, прибувши із Закарпаття до США, влилася в лави шахтарів штату Пенсильванія.

Наприкінці XIX ст. набагато меншою за кількістю була українська емігрантська громада Канади. В Канаді перші українські емігранти осіли на землях провінцій Альберта, Манітоба, Саскачеван та ін.[4]

Початком української еміграції до Канади офіційно вважають 1891 р., коли на кораблі "СС Орегон" 7 вересня до порту Квебек приїхали перші два поселенці — Іван Пилипів і Василь Єлиняк з села Небилова, Калуського повіту в Галичині.

Згідно з переписом населення в 1901 р., українські емігранти в Канаді становили вже 5682 особи. Однак міністр внутрішніх справ, звітуючи у Парламенті про міграційну акцію, стверджував, що в 1899 р. вже було в Канаді 12 950 осіб, в одному тільки 1899 р. прибуло 5500[3].

Одночасно відбувалося спорадичне переселення підавстрійських українців до Латинської Америки, головним чином до Бразилії та Аргентини. Перші сміливці з Галичини й Буковини прибули сюди ще в 70-80-х рр. XIX ст. Спокушена ж досить суттєвими пільгами урядів цих країн (брали на себе транспортні витрати, надавали десятирічну відстрочку за оплату одержуваних у повну власність великих земельних наділів -25-50 га), масова українська еміграція до цих країн розпочалася у 90-х рр. XIX ст.

Уряд Бразилії намагався заселити землі всередині країни, щоб їх загосподарити. Масового характеру еміграція набрала в 1895-1896 рр. внаслідок т. зв. бразилійської гарячки, спровокованої агентами італійських пароплавних ліній, які обіцянками дешевої землі, а також тим, що уряд Бразилії покривав кошти подорожі, спонукали сільську бідноту північно-східної Галичини. Протягом двох років виїхало понад 5000 родин, тобто близько 15 000 українців. У 1897-1907 рр. була друга хвиля масової еміграції знову з Галичини і цього разу виїхало понад тисяча родин, але вже на власний кошт[3].

Перші групи українців з Наддніпрянщини і Західної Волині в кількості 120 родин прибули до Бразилії між 1892-1914 рр. З них близько 90 родин поселилися у провінції Ріо

Гранде до Суль, а решта розселилися по штатах Парана, Санта-Катарина, Сан-Паулу, де займалися переважно сільським господарством, у тому числі виробництвом кави.

В Аргентині українські переселенці здебільшого компактно мешкали в провінціях Місйонес та Буенос-Айрес[4].

Поряд із незворотною (постійною) трудовою трансатлантичною еміграцією українського населення наприкінці XIX – поч. XX ст. досить широкі масштаби набула сезонна заробітчанська еміграція зі Східної Галичини, Північної Буковини та Закарпатської України до Великої Британії, Данії, Німеччини, Португалії, Румунії, Франції, Швеції, Швейцарії та інших європейських країн. Українці-заробітчани працювали як у сільському господарстві, так і на заводах, фабриках та копальнях[4].

Таким чином, українці через ряд соціально-економічних причин: аграрне перенаселення регіону, сповільнені темпи розвитку економіки, низький життєвий рівень, розгорнули активний емігрантський рух в США, Канаду, країни Латинської Америки в кінці XIX ст. На сучасному етапі соціально-економічне становище українців залишається важким. Змінився на гірше демографічний стан нашого суспільства. Коли джерелом першої хвилі масової еміграції був надлишок сільського населення (Україна тоді мала найвищий у Європі природний приріст населення через високу народжуваність), то зараз при катастрофічній депопуляції українського народу через низьку народжуваність і високу смертність, коли українське село, по суті, вимирає, й рівень безробіття в ньому сягнув 80%, Україна перетворилася на постачальника за кордон переважно інтелектуальної, висококваліфікованої й дешевої робочої сили. Близько 30 % українських учених працює на науку й економіку розвинутих країн. Статус українців за кордоном має регулюватися правовими нормами. Вони мають бути захищеними, адже є частиною світового українства.

Література.

1. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://slovoprosvity.com.ua>
2. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://etn.iatp.org.ua>
4. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://resource.history.org.ua>
5. Електронний ресурс – Режим доступу: <http://vecche.kiev.ua/journal/310/>
6. Енциклопедія українознавства (загальна частина). — Київ, 1995 р.



АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ

**Курган В.О., Романова Р.Р., Харківський національний технічний університет
сільського господарства ім. П. Василенка**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Зайка С.О.

Олійне виробництво України є стратегічною, ключовою і однією з найбільш ефективних галузей народного господарства. Вітчизняні підприємства на території України соняшник, як польову культуру, почали вирощувати в середині XIX ст. Напрямок до виробництва та реалізації насіння соняшнику і продуктів його переробки пояснюється попитом на рослинні олії на ринку світової торгівлі в якості продуктів харчування та компонентів біопалива. Серед світових виробників Україна посідає перше місце за валовим збором насіння соняшнику, який є традиційною олійною культурою країни. За даними Державної служби статистики останніми роками в Україні виробляється 12-13,6 млн. тонн соняшнику [1].

У зв'язку з високим попитом на насіння соняшнику, низькою собівартістю та прибутковістю виробництва цієї культури відбулось значне розширення посівних площ соняшнику. Так, до 1997 року посівні площі соняшнику були на рівні 2 млн. га, а з 2003 року – вийшли за межі 3 млн. га, і врешті в 2015-2016 роках – перевищили 6 млн. га (табл. 1).

Україна вже протягом декількох років є провідним постачальником насіння соняшнику і соняшникової олії на світові ринки. Це, в першу чергу, відбувається завдяки стабільності

внутрішнього ринку соняшнику, що зумовлено постійним попитом переробних підприємств і експортерів упродовж сезону, високими закупівельними цінами, які забезпечують високий рівень рентабельності цієї культури. Незважаючи на світову фінансово-економічну кризу, знецінення гривні та обмеженість кредитних ресурсів, Україна зберегла лідируючі позиції з виробництва та експорту соняшникової олії на світовому ринку.

Проблема поліпшення кількісно-якісних показників функціонування вітчизняного олійнопродуктового підкомплексу в сучасних умовах має стратегічне значення, бо саме його продукція забезпечує існування одного з надійних джерел валютних надходжень, кількість яких у державі вкрай обмежена. Актуальність дослідження проблеми виробництва соняшнику зумовлена тим, що забезпеченість насінням олійних культур як багатокomпонентною сировиною визначає розвиток багатьох суміжних виробництв харчової, комбікормової, хімічної промисловості, сприяє формуванню та перерозподілу трудових ресурсів [2, 3].

Виробництво соняшнику в Україні концентрується на сільськогосподарських підприємствах, фермерських господарствах та господарствах населення. Тенденції розвитку олійного виробництва за останні 20-25 років в Україні в умовах ринкової економіки не відповідають національним інтересам. Продукція галузі олійництва, незважаючи на певні коливання обсягів виробництва, так чи інакше зорієнтована на експорт у довготерміновій перспективі. Ключовою проблемою подальшого розвитку виробництва олійної сировини залишається нарощування і стабілізація обсягів виробництва за рахунок оптимізації посівних площ та підвищення врожайності основної олійної культури – соняшника [4]. Для більш детального аналізу виробництва соняшника в Україні необхідно звернутися до статистичних даних про обсяги посівної площі, урожайності та валового збору соняшнику у розрізі з 1990 р. до 2016 р.

Розглянувши показники таблиці 1, можна спостерігати постійну тенденцію до зростання посівних площ соняшнику в Україні. Так у 2016 році вони складають 6073,4 тис. га, що у 3,7 рази більше ніж у 1990 році, в тому числі, сільськогосподарські підприємства і, особливо, господарства населення, за період новітньої історії України значно розширили посіви соняшнику. Площа посівів в сільськогосподарських підприємствах зросла у 2016 р. порівняно із 1990 р. у 3,1 рази і становить 4968,1 тис. га. Особливо високими темпами збільшується площа посіву соняшнику у господарствах населення, де вона у 2016 р. склала 1105,3 тис. га.

Таблиця 1

Посівні площі соняшнику в Україні, тис. га

Категорії	Роки											Співвідношення 2016 р. у % до:	
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	1990 р.	2015 р.
Господарства усіх категорій	1635,9	2019,8	2942,9	3742,9	4572,5	4739,2	5194,1	4970,6	5256,5	5104,6	6073,4	у 3,7 рази	119,0
Сільсько-господарські підприємства	1607,9	1953,6	2670,7	2953,0	3667,3	3850,2	4217,6	4019,2	4230,9	4092,6	4968,1	у 3,1 рази	121,4
у тому числі фермерські господарства	0,1	95,2	355,2	674,5	906,7	967,9	1054,4	1007,4	1072,9	1026,8	1244,0	у 12440 рази	121,1
Господарства населення	28,0	66,2	272,2	789,9	905,2	889,0	976,5	950,8	1025,6	1012,0	1105,3	у 39,5 рази	109,2

Слід відмітити, що починаючи з 1990 року в Україні активно створюються фермерські господарства, посівна площа соняшнику яких з 0,1 тис. га у 1990 році зросла до 1244,0 тис. га у 2016 році. Фермерські господарства належать до дрібнотоварних виробників продукції та мають різні напрями спеціалізації, проте більшість з них займається вирощуванням олійних культур.

Україна займає одне з провідних місць (третє, поступаючись Аргентині і Росії) серед

соняшникосіючих держав, виробляючи щорічно близько 21-22,2 % насіння соняшнику у світі. Попит на нього необмежений і випереджає пропозицію, а його виробництво є найменш затратним і найприбутковішим для сільськогосподарських товаровиробників [5].

За показниками валового збору видно, що виробництво соняшнику в Україні з кожним роком зростає. Так, у 2016 році зібрано соняшнику у 5,3 рази більше ніж у 1990 році, при тому що площа посіву збільшилася лише у 3,7 рази (табл.1). Фермерські господарства України, за підсумками 2016 року виробили 2644,3 тис. т. олійного насіння, що у 13221,5 рази перевищує показник 1990 року.

Аналізуючи показники урожайності, можна стверджувати, що за останні роки просліджується тенденція до зростання урожайності соняшнику в Україні. Якщо у 1990 році вона становила 15,8 ц/га то в 2016 році вже 22,4ц/га. що на 41,8 % більше. Про те, слід зауважити, що зростання відбулося за рахунок сільськогосподарських підприємств, у яких урожайність у 2016 році зросла на 49,7 % порівняно з 1990 роком. Тоді як у фермерських господарствах і населення урожайність в 2016 році зменшилася на 15,2 % та 13,1 % відповідно порівняно з 1990 роком.

Отже, згідно з проаналізованими даними за досліджуваний період, можна зазначити, що виробництво соняшнику в Україні має тенденцію до зростання усіх натуральних і вартісних показників, що зумовлено швидкими темпи росту споживання та потреби в рослинних жирах ,перерозподілом посівних площ на користь групи олійних культур, де основну роль відіграє соняшник.

Таблиця 2

Валовий збір та урожайність соняшнику в Україні

Категорії	Роки											Співвідношення	
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016 р. у % до 1990 р.	2015 р.
Валовий збір соняшнику в Україні, тис. т													
Господарства всіх категорій	2570,8	2859,9	3457,4	4706,1	6771,5	8670,5	8387,1	10941,2	10133,8	11181,1	13626,9	у 5,3 рази	121,9
Сільсько-господарські підприємства	2509,2	2734,3	3025,7	3709,9	5585,6	7288,8	7131,1	9342,6	8681,7	9549,2	11730,1	у 4,7 рази	122,8
Тому числі фермерські господарства	0,2	86,3	347,3	735,0	1208,5	1645,5	1589,1	2086,0	1956,1	2167,0	2644,3	у 13221,5 рази	122,0
Господарства населення	61,6	125,6	431,7	996,2	1185,9	1381,7	1256,0	1598,6	1452,1	1631,9	1896,8	у 30,8 рази	116,2
Урожайність соняшнику, ц/га													
Господарства всіх категорій	15,8	14,2	12,2	12,8	15,0	18,4	16,5	21,9	19,4	21,6	22,4	141,8	103,7
Сільсько-господарські підприємства	15,7	14,1	11,8	12,8	15,4	19,0	17,4	23,0	20,5	23,0	23,5	149,7	102,2
Тому числі фермерські господарства	25,0	9,7	10,2	11,1	13,4	17,1	15,5	21,0	18,2	20,8	21,2	84,8	101,9
Господарства населення	19,8	18,8	16,0	12,6	13,1	15,5	12,9	16,9	14,7	16,1	17,2	86,9	106,8

Зростання площ посіву під соняшником та стабільна урожайність забезпечили Україні високі валові збори. Серед світових виробників Україна посідає провідне місце за валовим збором насіння цієї культури. Зростання світового попиту на олію постійно нарощує і стимулює виробництво олійних культур, зокрема соняшнику.

Враховуючи те, що виробництво соняшнику не завжди супроводжується

інтенсифікацією, а в основному ведеться шляхом екстенсивних технологій, необхідно впроваджувати інновації, які забезпечать підвищення урожайності цієї культури та валові збори, що більш повно задовольнить потребу переробних підприємств. Також необхідно створювати стимулюючі умови для функціонування і розвитку господарств населення, щоб попередити спад виробництва соняшнику у майбутньому. І, звісно, надалі помірно збільшувати площі посіву соняшнику з відповідними сівоzmінами, аби не виснажувати ґрунти; створювати конкурентні умови для функціонування ринку олійних культур в Україні для стимулювання виробників.

Література.

1. Заїка С.О. Аналіз виробництва продукції рослинництва / С.О. Заїка. – Харків: ХНТУСГ, 2012. – 30 с.
2. Лисогор В.М. Аналіз експортного потенціалу України на ринку насіння соняшнику та продуктивного переробки / В.М. Лисогор, О.В. Пітик // 36. наук. праць ВДАУ; наук. ред.. Л.П. Середа. – Вінниця. – Випуск 38. – 2009. – С. 127-135.
3. Матеріали Державної служби статистики України – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Присяжнюк М.В., Зубець М.В., Саблук П.Т. та ін. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
5. Саблук П.Т. Національна доктрина продовольчої безпеки в Україні / П.Т. Саблук, Г.М. Калетнік, С.М. Квапа та ін. // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 3- 12.



РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Романова Р.Р., Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка

Науковий керівник – старший викладач Голованова Г.Є.

У процесі управління будь-якою організацією виникає необхідність свідомо та відповідально оперувати інформаційними ресурсами. У першу чергу обмін інформацією виникає між усіма ланками організації: від керівника – до підлеглого – у вигляді постановки конкретних завдань, що необхідні для досягнення поставлених цілей, а від підлеглих - до керівника – у вигляді звітів про виконану роботу, уточнюючих питань та пропозицій.

Взаємозв'язок організації із зовнішнім середовищем також базується на «дифузії» інформації: злиття внутрішньої інформації організації із зовнішньою, якій притаманні зміни і коливання, у результаті цього процесу і виникає потреба у розробці управлінських рішень необхідних для врегулювання процесів організації.

Роль інформації настільки важливий для життя організації, що з позиції теорії інформації все управління організацією якраз і є безперервним процесом її збору, обробки, зберігання і розподілу[1].

Організація, як цілісна система просто не зможе існувати без наявності достовірної інформації, адже її успішне функціонування в умовах динамічної трансформації економіки може забезпечити тільки постійний аналіз та відповідне простеження змін на підставі актуальної, повної та своєчасної інформації. Це дасть змогу створити методологію вироблення оптимальних управлінських рішень і алгоритм їх реалізації.

Управлінська інформація — це сукупність необхідних нових та інших сучасних і репрезентативних даних, які сприятимуть якісному прийняттю управлінських рішень та управлінській діяльності [2]. Інформація відображає стан і зміни стану певної системи. Різноманітність станів системи, що відображається, породжує різноманітність інформації. У цьому розумінні рух інформації визначає рух системи.

Інформація як управлінська категорія — це нові відомості, що характеризують управлінську ситуацію, що знижують рівень невизначеності відносно майбутнього, сприйняті та оцінені як корисні для вирішення тих чи інших завдань управління [3]. Підготовка певного рішення вимагає забезпечення всебічної його інформованості, обґрунтованості.

Інформація є одним із основних ресурсів зростання продуктивності підприємства, оскільки саме вона дозволяє: встановлювати стратегічні цілі та завдання підприємства і використовувати можливості, що відкриваються; приймати обґрунтовані та своєчасні керуючі рішення; координувати дії розрізнених підрозділів, направляючи їх зусилля на досягнення загальних поставлених цілей [4].

Тому на будь-якому підприємстві організовується і систематично ведеться робота в таких основних напрямках: виявлення проблем та визначення інформаційних потреб; відбір джерел інформації; збір інформації; обробка інформації та оцінка її повноти та значущості; аналіз інформації та виявлення тенденцій в обраних сферах; розробка прогнозів і альтернатив поведінки підприємства; оцінка альтернатив різних дій, вибір стратегії і прийняття керуючих рішень для реалізації стратегічних планів.

Тож дослідивши значення управлінської інформації для організації, алгоритм її отримання, обробки та кінцевого результату, який досягається за рахунок надходження інформації, можна стверджувати, що її роль є визначальною, адже є основою процесу управління.

Для того, аби підвищити ефективність процесу прийняття узгоджених та цілеспрямованих управлінських рішень, необхідно створювати вільні умови для руху інформації як всередині організації, так і ззовні, а також раціонально розставляти пріоритети у відборі необхідної інформації за об'єктивністю, повнотою, точністю, несуперечливістю, переконливістю, лаконічністю, актуальністю, своєчасністю та комунікативністю [5].

Цінність одержуваної інформації залежить від точності завдання, адже правильно поставлене завдання визначає необхідність конкретної інформації для прийняття рішення. Інформація виступає сполучною ланкою між об'єктом і суб'єктом управління, характеризуючи стан об'єкта управління в статичності та динаміці, і забезпечуючи підготовку керуючого впливу у вигляді управлінського рішення і характеристики результату його реалізації. Чим повніше й об'єктивніше інформація, тим ефективніше прийняті управлінські рішення і, отже, результати від їх реалізації. Таким чином, інформація в процесі управління є головним предметом і результатом праці керівників і спеціалістів.

Література.

1. Василенко В. А. Теорія і практика розробки управлінських рішень : [навч. посібн.] / В. А. Василенко. – К. : ЦУА, 2003. – 42 с.
2. Почепцов Г.Г. Теорія і практика комунікації. — М., 2005; Сучасні концепції менеджменту / За ред. д-ра екон. наук, проф. А.І. Федулової. — К., 2007.
3. . Чашина О. Ю. Новий підхід до прийняття управлінських рішень на основі концепції якості / О. Ю. Чашина // Проблеми науки. – 2003. – № 4. – С. 13–16.
4. Колпаков В.М. Теория и практика управленческих решений: Учеб. пособие. - К.: МАУП, 2000. - 256с.
5. Гевко І.Б. Методи прийняття управлінських рішень: Підручник. - К: Кондор, 2009. - 187с



БУХГАЛТЕРСЬКА ЗВІТНІСТЬ В АНАЛІЗІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Савіних В.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник - Накісько О.В., к.е.н., доцент

У зв'язку з тим, що в сучасному світі роль інформації зростає, дана тема є актуальною, тому фінансовий стан підприємства залежить від того, як оцінена і складена фінансова звітність. На даний момент, зростання капіталу і сам прибуток безпосередньо залежать від якості економічної інформації, важливо правильно читати фінансову бухгалтерську звітність та робити правильні висновки, тому що при аналізі фінансового стану підприємства це є першочерговим завданням.

Аналіз фінансової бухгалтерської звітності залишається найважливішим засобом оцінки фінансових результатів. У бухгалтерській звітності представлена вся інформація, що цікавить нас, до такої відноситься наявність, використання і розподіл фінансових ресурсів, стан дебіторської та кредиторської заборгованості, рух капіталу, стан оборотних і основних засобів і т.д.. Для обробки інформації використовується аналіз, діагностика та моніторинг фінансової інформації. Аналіз дозволить визначити основні причини які впливають на зміну фінансового стану підприємства, це дозволить своєчасно дати рекомендації щодо підвищення використання фінансових ресурсів. Очевидно, що основною умовою ефективного ведення бізнесу є стабільний фінансовий стан. Щоб домогтися стабільного фінансового стану, необхідно забезпечити платоспроможність, фінансову незалежність і ліквідність бухгалтерського балансу, Домігшись цього можна буде визначити здатність підприємства фінансувати свою діяльність, підтримувати і розвивати платоспроможність. Для цього необхідно мати достатній обсяг і оптимальну структуру капіталу, використовувати фінансові ресурси так, щоб витрати були менше доходів.

У процесі аналізу важливо вивчити динаміку зміни чистого прибутку, рівень рентабельності і фактори які їх визначають, Методологічний підхід дозволяє визначити ліквідність і платоспроможність бухгалтерського балансу використовуючи зіставлення підсумків певних груп по активу і пасиву. Варто зауважити, що в залежності від цілей і ваздань, фахівці використовують різні методи аналізу бухгалтерської звітності, на вибір може вплинути технічне забезпечення, інформаційної бази, досвід персоналу, оперативність вирішення завдань. Важливо відзначити, що бухгалтерська звітність це система даних про фінансовий та майновий стан підприємства, документи якої є базою для аналізу фінансового стану підприємства.

До важливих виконуваних функцій бухгалтерського балансу відносяться знайомство осіб які пов'язані з управлінням з майновим станом підприємства, наприклад вони можуть дізнатися якою кількістю матеріальних засобів підприємство здатне розпоряджатися, тобто те чим саме володіє власник. З'ясувати чи здатне підприємство виконувати свої зобов'язання. У вигляді нарощування капіталу за звітний період визначення кінцевого фінансового результату діяльності підприємства, так можна визначити здатність керівника примножувати і зберігати грошові, а також матеріальні ресурси які йому довірили. Створення швидкого фінансового планування, а також контроль за рухом грошових коштів.

Аналіз фінансової бухгалтерської звітності можна виконати в кілька етапів. Для початку слід провести попередній аналіз фінансової бухгалтерської звітності, це дасть розуміння стратегії розвитку, етап життєвого циклу і особливості бізнесу підприємства. Наступним етапом буде поглиблений аналіз, метою цього етапу є більш детальна характеристика фінансового, а також майнового стану підприємства, визначення результатів діяльності за минулий період і можливостей підприємства в перспективі. Далі слід узагальнити результати аналізу щоб перейти до розробки рекомендацій які повинні бути спрямовані на поліпшення фінансових результатів. До останнього етапу можна віднести фінансове прогнозування.

Більш ефективно управляти активами, капіталом, доходами і фінансовим результатом дозволяє те, що бухгалтерська звітність показує більшість показників які характеризують кількість фінансових процесів підприємства. Важливо відзначити, що найчастіше при фінансовому аналізі віддають перевагу показнику власного капіталу, при цьому не використовуючи вартість чистих активів, хоча об'єктивно оцінити фінансовий стан і власний капітал дозволяє саме розрахунок показника чистих активів. Так само варто звертати увагу на показники оборотності, так як вони відображають інтенсивність підприємства. Аналізуючи дані показники варто акцентувати увагу на швидкість обороту капіталу і активів, щоб зрозуміти коли відбулося прискорення чи уповільнення руху фінансів, при уповільненні оборотності капіталу можна збільшити виробництво, ефективно використовувати фінансові ресурси, відвернути грошові кошти в дебіторську заборгованість, ці кроки дозволять збільшити оборотність капіталу.

Література.

1. Аналіз фінансової звітності / ред.. Ефимова О.В., Мельник М.В. - 4-е вид., перероб. і доп. - М.: Омега-Л, 2009. -451 с.

2. Райзберг Б.А., Сози́вський Л.П., Стародубцева Е.Б. «сучасний економічний словник», М.: «ИНФРА-М», 2009.
3. Ковалев В.В., Волкова О.М. Аналіз господарської діяльності підприємства. - М.: Проспект, 2011 - 424с.
4. Управління фінансами. Фінанси підприємств: Підручник. 2-е вид. // ред. А.А. Володіна. - М.: ИНФРА-М, 2012.
5. Шеремет А.Д. Комплексний аналіз господарської діяльності / А.Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М 2009.



КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦІЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

**Слюсарчук О.А., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Науковий керівник – д.е.н., професор Маренич Т.Г.

Сучасну економічну ситуацію в Україні можна охарактеризувати несприятливими для розвитку економіки чинниками, а саме нестабільністю суспільних зв'язків, некерованими інфляційними процесами, необґрунтованими політичними подіями та іншими чинниками, які негативно впливають на життя населення та на економічний розвиток країни в цілому. Результатом цього впливу є зниження ділової активності підприємств, і як результат їх низька платоспроможність, яка здебільшого призводить до кризового стану господарюючих суб'єктів. Низька платоспроможність підприємств спричинює несвочасне погашення дебіторської заборгованості, повернення заборгованості в неповному обсязі, що сприяє виникненню сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості. Підтримка необхідного рівня ліквідності й платоспроможності підприємств залежить від ефективного ведення бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями та замовниками.

Одним з найбільш гострих і складних ділянок обліку на підприємствах є облік дебіторської заборгованості та існування проблеми неплатежів. Також залишається не повністю вирішеним питання обліку безнадійної дебіторської заборгованості, визначення окремих її категорій, врахування ризиків, удосконалення методики відображення розрахунків з покупцями та замовниками, класифікація заборгованості тощо.

Проблеми обліку розрахунків з покупцями та замовниками знайшли висвітлення у працях таких провідних українських науковців, як Гуцаленко Л.В. [1;2], Добровольська О.В. [3], Маренич Т.Г. [8], Волковицька О.М. [7] та ін.

Актуальність розвитку бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями та замовниками полягає у тому, що вони пов'язані з виконанням договірних зобов'язань підприємства та часто призводять до необхідності участі в адміністративних, цивільних та господарських конфліктах. Відсутність або неповнота інформації про розрахунки з покупцями та замовниками у звітності підприємства може призвести до некоректних аналітичних розрахунків і висновків щодо динаміки оборотності активів та інших показників ділової активності підприємства, ліквідності балансу та платоспроможності в короткостроковій і довгостроковій перспективі. Отже, тільки ефективно організований бухгалтерський облік операцій за розрахунками з покупцями та замовниками може забезпечити формування достовірної інформації щодо розрахунково-платіжних операцій підприємства, регулювання порядку їх здійснення з найменшими втратами та прийняття своєчасних управлінських рішень.

Здійснюючи свою діяльність, підприємства вступають в розрахункові взаємовідносини з різними підприємствами, організаціями і особами, що передбачає виникнення між ними певних прав та зобов'язань [1]. Принципи бухгалтерського обліку вимагають, щоб дохід не був врахований до того періоду, в якому товар буде відвантажений. Нині часто практикується попередня оплата, тобто оплата в рахунок майбутніх поставок. До фактичного відвантаження

продукції така оплата не вважається покупкою для покупця і реалізацією для продавця. Проте, часто буває, що продукція відвантажена, але гроші за неї ще не надійшли, тобто проведено продаж у кредит [6]. Тому протягом певного періоду, від моменту відвантаження продукції до моменту надходження платежу, кошти підприємства знаходяться у вигляді дебіторської заборгованості [5]. Дебіторська заборгованість відповідно до П(С)БО 10 – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [4]. Звичайно надання покупцям комерційного кредиту наражає на ризик неповернення дебітором боргу. Однак, кредитування споживачів значно збільшує обсяги продажу, що спонукає підприємство продавати продукцію на умовах відстрочки. Тому на сьогоднішній день дебіторська заборгованість залишається одним з найбільш негативних явищ в економічній діяльності аграрних підприємств. Велика сума заборгованості, яка існує між українськими підприємствами, призводить до кризи неплатежів, яка, в свою чергу, гальмує розвиток ринків, на яких працюють дані підприємства, та є значною проблемою у національній економіці в цілому. Тому можна сказати, що облік розрахунків з покупцями та замовниками є однією з найважливіших та найбільш дискусійних ділянок бухгалтерської роботи, оскільки на цьому етапі формується основна частина доходів та грошових надходжень підприємств.

На сьогодні існує ряд проблем щодо обліку розрахунків з покупцями та замовниками, а саме:

- недостатня розробленість плану рахунків бухгалтерського обліку та інструкції про його застосування щодо обліку розрахунків з покупцями та замовниками, а саме: відображення в обліку та оцінка довгострокової та поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, послуги (в т.ч. передбаченої та непередбаченої договором) [2];
- неможливість отримання інформації про дебіторську заборгованість в обсязі і вигляді, достатньому для проведення аналізу розрахунків з дебіторами та прийняття управлінських рішень підприємствами [5];
- неефективність та непристосованість методів розрахунку резерву сумнівних боргів, відповідно до П(С)БО 10, до обліку на підприємствах в Україні;
- майже повна відсутність контролю за станом та обсягами сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості на підприємствах.

Загалом для покращення системи контролю розрахунків з покупцями та замовниками доцільно:

1. Здійснювати контроль за часткою дебіторської заборгованості в загальній величині оборотних активів, а також за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості з метою підтримки фінансової стабільності та платоспроможності підприємства.
2. Здійснювати постійний контроль за дебіторською заборгованістю з розподілом її за строками непогашення для своєчасного реагування та вжиття заходів щодо її погашення.
3. Систематично проводити інвентаризацію розрахунків з покупцями та замовниками для підтвердження реальності сум заборгованостей.

З метою вирішення проблемних питань, що виникають під час розрахункових операцій з покупцями та замовниками, необхідно розробити методичні рекомендації з удосконалення обліку та контролю простроченої та безнадійної заборгованості, своєчасно здійснювати нагляд за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості.

Отже, можна зробити висновок, що вдосконалення розрахунків з покупцями та замовниками можна досягти лише впровадженням радикальних і реальних заходів. Адже тільки створення ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості дозволить уникнути ризиків неплатоспроможності. Впровадження наведених пропозицій допоможе вчасно і правильно приймати управлінські рішення, сприятиме вдосконаленню організації розрахунків з покупцями та замовниками та їх обліку, допоможе уникнути складних і суперечливих ситуацій з дебіторами, знизить дебіторську заборгованість підприємства, а також покращить його фінансовий стан.

Література.

1. Гуцаленко Л.В. Внутрішньогосподарський контроль. [текст]: навч. посіб. / Л.В. Гуцаленко, М.М. Коцупатрий, Л.О. Марчук. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 496 с. [Електронний ресурс] // Режим доступу.

2. Гуцаленко Л.В. Контроль дебіторської заборгованості в управлінні підприємством / Л.В. Гуцаленко, І.С. Слободянюк // Економічні науки. – Випуск 1 (56). – Т. 3. – 2012. – С. 154-159.
3. Добровольська О.В. Сучасна система організації контролю за дебіторською заборгованістю підприємств / О.В. Добровольська // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 1. – С. 5-11.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: затверджені наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237. Електронний ресурс: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>.
5. Коцупатрий М. Внутрішньогосподарський контроль: організаційні аспекти та класифікаційні ознаки / М. Коцупатрий, Л. Гуцаленко // Економічний аналіз. – 2010. – Випуск 6. – С. 433-436.
6. Москалюк Г.О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення / Г.О. Москалюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». № 721. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. – С. 173-179.
7. Волковицька О.М. Формування системи внутрішнього контролю розрахунків з покупцями та замовниками / О.М. Волковицька, С.Ю. Болтач // Ефективна економіка. – 2014. – № 12. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3613>
8. Маренич Т.Г. Бухгалтерський облік в агроформуваннях. Підручник / за ред. В. Я. Амбросова. – 2-е видання, доповнене і перероблене. К.: ВД „Професіонал”, 2005. – 896с.



АДМІНІСТРАТИВНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ, ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***Солошенко О. Ю., Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – ст. викладач Власенко Т.В.***

У зв'язку з значними трансформаціями в організаційно-правовому статусі суб'єктів управління та в державному управлінні в цілому, виникає необхідність застосування адміністративно-правових методів управління, їх розумної взаємодії із урахуванням об'єктивних факторів та інших умов. Послідовне та поступове вирішення цього питання залежить від змісту роботи із приводу впорядкування усієї системи державного управління відповідно до цілей політичного й економічного реформування суспільного життя держави.

Отже, методи адміністративного впливу — це методи, які засновані на владних відносинах, дисципліні та системі адміністративно-правових стягнень [1].

Постає питання, що потрібно робити керівнику, щоб його підлеглі використовували весь свій потенціал на робочому місці? Це питання є досить актуальним для сучасного менеджера. З загальнотеоретичних позицій дієвими для організації є методи переконання та примусу. За допомогою засобів переконання стимулюється належна поведінка учасників управлінських відносин за допомогою проведення виховних, роз'яснювальних, рекомендаційних, заохочувальних заходів морального впливу, а примус розглядається як допоміжний засіб, який використовується в разі низької результативності переконання, що виражається в застосуванні дисциплінарної або адміністративної відповідальності.

Успішне адміністрування передбачає безпосередньо наявність чіткої структури організації, визначення функцій, прав і обов'язків працівників. Без цього адміністративна діяльність управління буде недосконалою, тому вказівки менеджера до виконавця мають бути чіткими, адресними та в зазначені строки [2]. Ефективний керівник не повинен ігнорувати юридичні аспекти в процесі прийняття управлінських рішень, виконавець має чітко

усвідомлювати, що дозволено, а що заборонено з точки зору законності. Тому накази менеджера обов'язково повинні мати конкретну юридичну форму: наказу, розпорядження, положення, інструкції, інструктивного листа, положення про підрозділи, статуту організації, колективного договору, штатного розкладу, нарад, консультацій, роз'яснень, вказівок. Це забезпечує їм дієвість та тягне за собою відповідальність за невиконання цих актів [4]. Практична реалізація організаційного впливу визначається рівнем ділової культури організації, бажанням співробітників працювати згідно правил, запропонованим адміністрацією підприємства, організації. Виходячи з принципу єдиноначальності, менеджер видаючи накази і розпорядження, повинен враховувати загальний соціально-психологічний стан, індивідуальні здібності кожного працівника, від яких багато в чому залежить успішність виконання цього ж наказу чи розпорядження [5]. Не потрібно також ігнорувати вплив розвитку науково-технічного прогресу, що не стоїть на місці. Тому сучасному менеджеру необхідно враховувати всі чинники, що впливають на розвиток організації, а саме введення інновацій: впровадження прогресивних методів кадрової політики, застосування високотехнологічного обладнання та сучасної техніки, провідні та високоефективні технології та методи виробництва продукції та інше [3, 5, 6].

В ефективному використанні адміністративних методів управління виявляється мистецтво управління. Майстерне використання адміністративних методів, поєднання їх з дисциплінарними впорядковує управлінський вплив на об'єкти керівництва, підвищує ефективність управлінської діяльності, а також здатне забезпечити ритмічну роботу усієї системи управління.

Література.

1. Українська електронна бібліотека. Адміністративний вплив [Електронний ресурс] / - Режим доступу до інформації: <http://www.info-library.com.ua/books-text-5020.html>
2. Виханський О.С. Менеджмент: підручник/ О. С. Виханський, А. І. Наумов. – К.: Гардарика, 2001.- 420 с.
3. Vlasenko T. Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery/ T. Vlasenko, V. Vlasovets// Econtechmod: An international quarterly journal.- 2016. - Vol. 5. No.3. – P. 159-170.
4. Гладунський В. Н. Системний підхід до розроблення і прийняття управлінського рішення (логіко-педагогічні аспекти): монографія / В. Н. Гладунський. – К.: УБС НБУ, 2011. – 207 с.
5. Виризуб О.І. Використання методів адміністративного менеджменту на підприємстві/ О.І. Виризуб, О.М. Левченко// Наука-виробництво.- 2016.- С. 20-22.
6. Власенко Т.В. Simulation of development dynamics for management improvement of enterprise specialization/ Т.В. Власенко, В.М. Власовець// Technology audit and production reserves.- 2016.- №5 (4 (31)). - С. 9-15.



ПРОБЛЕМА ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ КОЛЕКТИВУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

***Солошенко О.Ю., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – Грідін О.В., ст. викладач

Формування та поступальний розвиток соціально-орієнтованої ринкової системи господарювання в Україні обумовлює необхідність суттєвого поліпшення стану соціально-трудових відносин зокрема та соціальної сфери держави в цілому. Позитивний соціально-психологічний клімат у колективі, забезпечення соціальних гарантій, у т.ч. гарантії зайнятості, досить розвинена соціальна інфраструктура, можливість реалізації професійного та кар'єрного росту, присутність команди однодумців, які поділяють такі ж корпоративні цілі, культуру – все це в комплексі неодмінно впливає на ефективність розвитку підприємства.

Концентрація уваги з боку адміністрації підприємства в напрямку забезпечення соціального розвитку колективу відбувається через стійке зростання впливу соціальних факторів направлених на підвищення економічної ефективності виробництва. Проте ефективність соціальних заходів є недостатньо формалізованою. Певний брак теоретичної бази та практичного досвіду управління соціальним розвитком колективу підприємства значно обмежують ефективність управління цими процесами [4].

Значний внесок у теорію соціального розвитку внесли такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Гелбрейт Дж., Генкін Б., Геєць В., Керимов Д., Томпсон А., Формбі Дж. Визначення сучасного змісту соціального розвитку, основних його форм, показників має величезне значення для підвищення ефективності управління цими процесами.

Ефективність виробництва на підприємстві, в першу чергу, визначається соціальним управлінням і організаційним розвитком персоналу, високим ступенем координації колективної роботи працівників, бажанням персоналу відповідати основним цілям та завданням виробництва, заохоченням власної ініціативи працівників з метою професійного росту, професійно-кваліфікаційного просування тощо. З вищезазначеного можна зробити висновок про те, що соціальний розвиток персоналу – це цілеспрямований процес удосконалення соціальної структури та професійно-кваліфікаційного складу працівників, задоволення потреб меншою мірою соціально-захищеного персоналу організації у їх професійному розвитку. Він направлений на заходи з професійного навчання персоналу, виробничої адаптації та атестації персоналу, а також планування трудової кар'єри та професійно-кваліфікаційного росту. В корпораціях, холдингах управління соціальним розвитком персоналу здійснюється соціальними підрозділами служб управління персоналу, натомість на середніх або малих підприємствах вказані обов'язки виконуються окремими працівниками служби управління персоналом або безпосередньо роботодавцем [5].

Планування соціального розвитку колективу є комплексом методів планомірного управління розвитком трудового колективу підприємства, цілеспрямованого регулювання соціальних процесів і прогресивного розвитку соціально-трудова відносин на підприємствах. Метою соціального планування є підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок певних соціальних чинників, умов для задоволення потреб працівників, розвитку членів колективу [3].

Виділяють наступні першочергові заходи соціального розвитку персоналу:

1. **Удосконалення соціальної структури колективу.** Тобто звертається особлива увага на необхідності зменшення частки або навіть повної ліквідації важких та шкідливих для здоров'я робіт, зниження відсотка низькокваліфікованої праці, підвищення кваліфікаційного рівня працівників, створення особливих умов праці для жінок, підлітків та осіб похилого віку.

2. **Соціальні фактори розвитку виробництва й підвищення його економічної ефективності.** Заходи спрямовані на інтелектуалізацію праці, технічне переоснащення, впровадження інноваційних технологій, що можуть забезпечити підвищення змістовності праці, проектування фонду оплати праці, навчання без відриву від виробництва, заходи із стимулювання винахідництва, розширення можливостей щодо підвищення розмірів реальної заробітної плати працівників тощо.

3. **Покращання умов праці і побуту працівників.** В даному випадку необхідно виокремити підрозділи з незадовільними умовами праці, провести комплекс заходів з оздоровлення виробничого середовища, покращення технічного обладнання, із дотримання санітарно-гігієнічних норм, стандартів безпеки праці, вирішити питання з забезпечення дошкільними закладами та місцями відпочинку для персоналу.

4. **Посилення трудової дисципліни, розвиток трудової активності і творчої ініціативи працівників.** Заходи розробляються на базі аналізу вподобань працівників та спрямовуються на мотивування високої трудової і виробничої дисципліни [3]. Оскільки соціальна система підприємства побудована за ієрархічному принципі і складається з ряду підсистем – визначених організаційних підрозділів на підприємстві, виділяють формальну і неформальну організаційні структури [6].

Висновок. Отже, необхідність планування соціального розвитку персоналу є

беззаперечною, оскільки відіграє значну роль в досягненні ефективної роботи на підприємстві. В нестабільних соціально-економічних умовах вітчизняної економіки, зростання цін та відчутного інфляційного процесу, особливе значення має соціальна захищеність персоналу підприємства та мотивація ефективної реалізації стратегії розвитку підприємства.

Література.

1. Волков О.М. Экономика предприятия: [курс лекцій] / О.М. Волков. – М. : Инфра-М, – 2001. – 280 с.
2. Грідін О.В. HR-менеджмент в сучасних організаціях: особливості та перспективи впровадження / О.В. Грідін // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2017. – Вип. 185. – С. 160-172.
3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [підручник] / О.А. Грішнова. – К. : Знання, 2004. – 535 с.
4. Литвиненко А. Механизм управления социальным развитием коллектива предприятия / А. Литвиненко // Матеріали II-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції «Економіка підприємства: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : Наука і освіта, – 2004. – Том. 1. – С. 60-61.
5. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: [навчальний посібник] / В.А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.
6. Сичова Н. Формування стратегії соціального розвитку підприємств торгівлі / Н. Сичова // Вісник КНТЕУ. – 2009. – Вип. 3. – С. 32-40.



ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА ВРХ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Таран М.М., Харківський національний технічний університет сільського

господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н. Зайка С.О.

Продовольча безпека є однією з вирішальних складових загальноекономічної безпеки будь-якої держави. Завдяки їй досягається сталий соціально-економічний розвиток суспільства, його демографічне відтворення. Від стану агропромислового комплексу безпосередньо залежить її рівень розвитку.

Агропромислове виробництво, і особливо галузь тваринництва, переживає нині гостру соціально-економічну та екологічну кризу. Соціально орієнтований ринок продовольства і, зокрема, продуктів скотарства, може бути створений при умові оптимального поєднання ринкових методів господарювання з державним регулюванням найважливіших економічних, природоохоронних та екологічних проблем.

Разом з тим подальший розвиток скотарства тісно пов'язаний з адаптацією реформованих сільськогосподарських підприємств до ринкового середовища, комплексним вирішенням проблем розвитку галузі, підвищенням її конкурентоспроможності та удосконаленням інфраструктури і механізмів функціонування регіональних ринків даної продукції.

На сучасному етапі реформ важливого значення набувають: обґрунтування перспектив розвитку виробництва м'яса великої рогатої худоби в умовах різних форм господарювання; удосконалення механізму ціноутворення і державних дотацій; зміцнення матеріально-технічної бази і т.п.

Дана проблема вирізняється багатогранністю складових її аспектів та їх багаторівневим характером.

Значний внесок в розробку питань підвищення ефективності галузі м'ясного скотарства внесли наступні науковці: С.П. Азізов, В.Г. Андрійчук, Н.О. Бей, П.С. Березівський, В.І. Бойко, О.В. Мазуренко, В.Я. Месель-Веселяк, М.Я. Мойса, О.В. Орлова-Курилова, П. Т. Саблук та інші.

Проте, незважаючи на вагомість їхніх розробок, галузь м'ясного скотарства знаходиться в кризі, надто мало існує практичних розробок щодо її розвитку і ефективного функціонування в сучасних умовах на регіональному рівні, а також відсутність дієвої державної політики регулювання ринку даної продукції.

Результати досліджень. Розглядаючи таку проблему як ефективність виробництва яловичини з позицій загальноприйнятих показників зазначимо, що рівень, як і ефективність господарства, залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів, що діють на сучасному ринку продовольства. Раціональний рівень організації виробництва в м'ясному скотарстві є першоосновою одержання високої результативності господарювання навіть при інших несприятливих умовах, і навпаки.

Крім закупівельних цін, на економічну ефективність розвитку м'ясного скотарства впливає рівень матеріально-грошових витрат на виробництво одиниці продукції в галузі. В середньому собівартість виробництва 1 ц продукції майже щороку підвищувалась. Вона залежить від багатьох факторів і, зокрема, від рівня продуктивності худоби, затрат праці на одиницю продукції, собівартості кормів і їх витрат на 1 ц продукції, оплати праці, земельних і майнових пайів тощо. Найбільш високу частку в структурі матеріальних витрат у тваринництві в сучасних умовах становлять витрати на корми – майже 60 %. Величина цих витрат залежить від рівня витрачання кормів на одиницю продукції, в той час як процес інтенсифікації в тваринництві має відбуватись при збільшенні витрат кормів з розрахунку на голову худоби. Раціонально організована кормова база повинна відповідати таким основним вимогам: повне й безперебійне забезпечення тварин повноцінними, високоякісними і дешевими кормами виробництво їх порівняно із збільшенням страхових запасів кормів на випадок неврожаю.

Однією з вагомих обставин, яка враховується при організації кормової бази, є неоднакова ефективність використання кормів різними видами і статевовіковими групами тварин. Трансформація кормів у тваринницьку продукцію безпосередньо залежить від

їх безперебійного забезпечення ними продуктивності відповідно до породи й віку тварин. Чим вищий продуктивний потенціал тварини і здатність до застосування кормів, тим більша частка кормів, що перетворюється у продукцію.

Основними шляхами створення міцної кормової бази для тваринництва є: підвищення врожайності та збільшення виробництва кормових і зернофуражних культур на основі зростання культури землеробства; ефективне використання зрошуваних й осушених земель; удосконалення структури посівних площ (насичення їх бобовими культурами); збільшення норми внесення засобів захисту рослин від хвороб і шкідників.

Позитивно на розвиток галузі впливатиме запровадження маркетингового стратегічного планування, що дасть можливість підприємствам враховувати наступні чинники, які впливають на вибір каналу руху продукції: спосіб придбання продукції, можливі об'єми закупівель, кваліфікацію кадрів, що проводять закупівлі, рівень пропонованих цін, а також наявність ринкової інформації про продукцію, що реалізовується. Вибір каналу збуту визначає діяльність підприємства на роки вперед, тому головним питанням є визначення стратегії збуту, що дозволяє уникнути ризиків, що заважають розширенню збутової діяльності підприємства.

Отже, основним шляхом підвищення ефективності виробництва яловичини є зміцнення кормової бази, механізація виробничих процесів на фермах і технічне переозброєння галузі, поліпшення племінної роботи, удосконалення організації виробництва та праці, пошук оптимальних каналів продажу продукції та купівлі матеріально-технічних ресурсів, державна підтримка галузі.

Література.

1. Бурик А.Ф. Підвищення ефективності виробництва м'яса в сільськогосподарських підприємствах регіону / А.Ф. Бурик, А.В. Мовчанюк // Економіка АПК. – 2011. – № 6. – С. 7–11.
2. Лозинська І.В. Технологічні особливості ефективного виробництва м'ясо-молочної продукції за рахунок впровадження інтенсивних технологій / І.В. Лозинська // Інноваційна економіка – 2014. – № 6(55). – С. 25–29.
3. Мазнев Г.Є. Відродження тваринницької галузі та прогресивні технології польового

кормовиробництва / Г.Є. Мазнев, О.О. Красноручський, О.Ю. Бобловський, О.О. Артеменко, С.О. Заїка // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектора», 8-9 жовтня 2009 року. — Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2009. - С. 197-199.

4. Петренко Р.О. Економічна ефективність виробництва м'яса в сільськогосподарських підприємствах Харківської області / Р.О. Петренко // Вісник ХНАУ. — 2009. — № 9. — С. 279–284.

5. Прогресивні технології вирощування кормових культур / За ред. Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнева. — Харків: «Майдан». — 2008. — 333 с.

6. Прогресивні технології польового кормовиробництва в контексті реставрації тваринницької галузі / Вісник ХНАУ: Економіка АПК і природокористування. - 2009. - Вип. 10. - С. 50-60.

7. Технології вирощування кормових культур при різному ресурсному забезпеченні / За ред. Д.І. Мазоренка, Г.Є. Мазнева. — Харків: ХНТУСГ. — 2008. — 488 с.

8. Харенко А.О. Ефективність виробництва м'яса ВРХ та напрями її підвищення в сільськогосподарських підприємствах / А.О. Харенко, О.Л. Бурляй // 36. наук. праць Уманського національного університету садівництва. — 2011. — Вип. 76. — Ч. 2. — С. 384–393.

9. Яців С.Ф. Формування ефективності м'ясного скотарства у сільськогосподарських підприємствах / С.Ф. Яців, В.Ю. Станько // Агросвіт. — 2016. — № 13–14. — С. 12–17.



ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ НА ОСНОВІ ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ

***Теницька В.А., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник — к.е.н., доцент Малій О.Г.

У процесі обґрунтування кредитних відносин важливим напрямом аналізу є оцінка кредитоспроможності позичальника. Рівень кредитоспроможності є динамічною інтегральною характеристикою фінансового стану позичальника, адже платіжні можливості підприємства протягом всього періоду існування заборгованості постійно змінюються.

Фінансові проблеми підприємств вивчали відомі вітчизняні вчені М.Дем'яненко, В.Лагутін, Л.Примостка, І. Школьник та багато інших дослідників. Поряд з тим, питання оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств, залишаються актуальними.

Метою статті є аналіз існуючої сучасної методики оцінювання кредитоспроможності позичальника.

Визначення кредитоспроможності наведено у Положенні про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями: «Кредитоспроможність — наявність у боржника передумов для проведення кредитної операції і його спроможність повернути борг у повному обсязі та в обумовлені договором строки» [6].

При цьому кожен комерційний банк розробляє внутрішнє положення про порядок оцінки фінансового стану позичальника, в якому зобов'язаний врахувати основні показники, встановлені Положенням НБУ та обґрунтовує і визначає методику врахування додаткових показників, необхідних при формуванні резерву для відшкодування втрат за кредитними операціями та мінімізації ризиків від неповернення боргу через неплатоспроможність позичальників.

У практиці оцінки кредитоспроможності позичальників в Україні реалізовується уніфікований підхід щодо формування інтегрального показника фінансового стану

позичальника із застосуванням дискримінантних моделей для різних видів діяльності суб'єктів підприємницької діяльності у різних системах бухгалтерського обліку та звітності.

Інтегральний показник фінансового стану позичальника – юридичної особи обчислюється в результаті зважування визначеної комбінації фінансових коефіцієнтів із застосуванням багатofакторної дискримінантної моделі [8].

Положення передбачає різні моделі розрахунку інтегрального показника для підприємств з урахуванням виду економічної діяльності.

Модель розрахунку інтегрального показника позичальника – юридичної особи для підприємств сільського господарства, що використовують загальну систему бухгалтерського обліку та фінансової звітності має такий вигляд [1]:

,

де K_1 – коефіцієнт фінансової незалежності, який показує ступінь залежності підприємства від позикових джерел фінансування;

K_2 – коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом, який відображає рівень фінансування необоротних активів за рахунок власного капіталу підприємства;

K_3 – коефіцієнт рентабельності власного капіталу, який характеризує ефективність використання капіталу підприємства, інвестованого власниками;

K_4 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від операційної діяльності до оподаткування та здійснення витрат, пов'язаних із запозиченнями;

K_5 – коефіцієнт рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування, здійснення фінансових витрат та нарахування амортизації;

K_6 – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком;

K_7 – коефіцієнт оборотності оборотних активів, який характеризує ефективність використання оборотних активів підприємства.

0,2 – вільний член дискримінантної моделі, значення якого щорічно актуалізуються Національним банком України.

Клас позичальника – юридичної особи визначається залежно від значення інтегрального показника за останній звітний період. Положенням передбачено вісім рейтингових класів позичальника.

Нами було розраховано інтегральний показник фінансового стану Державного підприємства “Дослідного господарства “Кутузівка” Інституту сільського господарства Північного Сходу Національної академії аграрних наук України” на підставі даних фінансової звітності підприємства за 2016 рік:

$$Z = 1,3 \times 0,68 + 0,03 \times 1,53 + 0,001 \times 0,04 + 0,61 \times 0,06 + 0,75 \times 0,04 + 2,5 \times 0,03 + 0,04 \times 2,3 - 0,2 = 0,97$$

Згідно з одержаним значенням Z-показника, відповідно до Положення [6], Державне підприємство “Дослідне господарство “Кутузівка” можна віднести до другого класу позичальника – підприємство з “дуже високою кредитоспроможністю”.

Інтегральний показник позичальників-підприємств інших галузей включає дещо інший набір показників. При цьому до підприємств кожної галузі до кожного коефіцієнту використовується свій вагомий параметр. Так, якщо до підприємств сільського господарства до коефіцієнту фінансової незалежності використовується параметр 1,3, то до підприємств переробної промисловості до того ж коефіцієнта – 0,95, до коефіцієнту рентабельності продажу за фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування до підприємств сільського господарства використовується параметр 0,61, то до підприємств торгівлі – 0,16.

Таким чином, особливістю сучасної методики на основі визначення інтегрального показника фінансового стану, є орієнтація на проведення ретроспективного аналізу фінансово-господарської діяльності позичальника на підставі фінансової звітності підприємства за декілька попередніх звітних періодів. Розглянута методика не враховує такий важливий показник, як очікуваний грошовий потік, який дає можливість оцінити майбутню платоспроможність

позичальника. Таким чином в методиках відсутній фінансовий прогноз [2]. Разом з тим, показники звітності, яка складається на визначену дату, є моментними і не відображають повністю процесів, які відбуваються за період між датами складання звітності [4].

Розглянута методика, направлена, на аналіз фінансових показників (платоспроможність, ліквідність, рентабельність) і не враховує нефінансову інформацію - кредитну історію позичальника, рівень менеджменту, відповідальність та репутацію керівника та її вплив на якість потенційної позики [3].

Основним критерієм у формуванні кредитних відносин між комерційним банком і позичальником є кредитоспроможність останнього. Недосконалість методики щодо оцінювання кредитоспроможності позичальників може знизити ефективність кредитної діяльності та призвести до збільшення ризиків неповернення боргу через неплатоспроможність позичальників.

Література.

1. Малій О.Г. Використання багатофакторного дискримінантного аналізу в процесі оцінювання кредитоспроможності / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: "Міськдрук", ХНТУСГ, 2017. – Вип.185.- С.259-268.
2. Малій О.Г. Кредит як джерело фінансування агробізнесу / О.Г. Малій // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016 – Вип.172. – С.132-141.
3. Малій О.Г. Кредитоспроможність позичальника: особливості аграрної сфери / О.Г. Малій // Економіка АПК. 2004. №5. – С.89-98.
4. Малій О.Г. Оцінка фінансового забезпечення агроформувань / О.Г. Малій // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2015.- Вип.161.- С.227-232.
5. Матеріали офіційного сайту Національного банку України (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
6. Положення про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків: Затверджено Постановою Правління НБУ від 25.01.2012 № 23 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0474-0016>.
7. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент банку: Навч. посібник / Л.О. Примостка. – К.: КНЕУ, 1999. – 280с.
8. Фінансовий аналіз. – Навч. Пос. / За заг. ред. Школьник І.О. [І.О. Школьник, І.М. Боярко, О.В. Дейнека та ін.] – К.: "Центр учбової літератури", 2016. – 368с.



ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

***Тищенко Ю.О., Харківський національний технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – к.е.н., доцент Дудник О.В.***

Інноваційна діяльність є великим поштовхом для розвитку економіки, гарантією високоефективного бізнесу, особливо у сучасних умовах господарювання. Модернізація та оновлення техніки та технологій виробництва, товарного асортименту, вдосконалення систем організації і управління дозволяють підприємствам пристосувати свою продукцію до вимог ринку, підтримувати необхідний рівень попиту, скорочувати витрати, покращувати фінансові та економічні результати діяльності, забезпечити конкурентоспроможність виробленої продукції на ринках збуту. Все більше успіх та фінансову стійкість підприємств визначають нові ідеї і продукти, прогресивні технології й організаційні рішення, а тому питання щодо впровадження інноваційної діяльності аграрних підприємств не втрачають своєї актуальності та потребує додаткових наукових пошуків.

Опрацювавши літературні джерела, можемо зазначити, що переважно інноваційна діяльність розуміється вченими, як вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, чи новий підхід до реалізації послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства. Тобто, у результаті інноваційної діяльності народжуються нові ідеї, нові та вдосконалені продукти, технологічні процеси, з'являються нові форми організації та управління різними сферами економіки та її структур. Її розуміння конкретизується в Законі України «Про інноваційну діяльність»: інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг. Головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання наукового та технічного потенціалу країни, впровадження сучасних екологічних, безпечних, ресурсозберігаючих технологій.

Виходячи з аналізу стану інноваційного розвитку ми вважаємо, що причинами його гальмування є брак фінансових ресурсів, спад платоспроможного попиту на вітчизняну продукцію з боку держави та підприємницького сектору, непривабливість вітчизняних підприємств для іноземних інвесторів, негативний вплив інфляційних процесів, високі відсоткові ставки за банківські кредити, неплатоспроможність замовників, економічний ризик.

Особлива роль у посиленні інноваційної активності в аграрній сфері та вирішенні вище окреслених проблем належить державі. На нашу думку, на шляху інноваційного розвитку пріоритетними завданнями є: підтримка перспективних розробок для промислового комплексу України; законодавче закріплення підтримки та розвитку інновацій; удосконалення умов розвитку технопарків, наукових парків; запровадження механізму державної підтримки закордонного патентування; відновлення державних цільових науково-технічних та інноваційних програм. Підсумки інноваційного розвитку України останніх років свідчать про підвищення ролі державної політики, орієнтованої на підтримку цілісності інноваційного процесу - від наукової розробки до інвестування масового виробництва. Це, в свою чергу, сприяло покращенню місця України у міжнародних рейтингах. Наша держава поки що зберігає достатній інтелектуальний потенціал, який здатний до генерації наукових ідей світового рівня. Однак, з кожним роком ми все більше втрачаємо можливість забезпечити ефективне використання цього потенціалу на шляху до інноваційного розвитку та переходу до побудови суспільства знань, нового технологічного способу виробництва.

Отже, застосування новітніх досягнень науки й техніки, прогресивних технологій та високотехнологічних напрацювань, випуск нових і екологічно безпечних видів продуктів харчування, що користуються підвищеним попитом на внутрішньому та зовнішньому ринках, дадуть змогу досягти високої ефективності сільського господарства й мати потрібні кошти для вирішення складних завдань соціального розвитку й інфраструктурної перебудови. Але важливою передумовою ефективного господарювання під час запровадження інновацій в розвитку економіки є опцалливе використання коштів, планування обігу і прогнозування прибутків та збитків. Зумовлено це тим, що сільськогосподарське виробництво є дуже ризиковою сферою діяльності, тому інвестори неохоче вкладають кошти в розвиток інфраструктури АПК.

Інноваційна діяльність дасть змогу підвищити ефективність господарської діяльності підприємств аграрної сфери, а отже, слугуватиме рушійним фактором в досягненні їх стратегічних цілей. Виходячи з вище сказаного, здійснення інноваційної діяльності дасть змогу підвищити рівень їхньої конкурентоспроможності, зміцнити позиції на міжнародному ринку аграрних товарів та покращити ефективність виробничо-господарської діяльності загалом.

Література.

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV, Редакція від 05.12.2012 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Щепкіна Н. М. Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності / Н.М. Щепкіна // Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в умовах трансформації економіки: зб. тез міжвуз. наук.-практ. конф. — Рівне: НУВГПТ, 2007. — С. 144-145.

3. Дудник О. В. Інвестиційні стратегії підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств/ О.В. Дудник // Економіка АПК. – 2016. – №. 5. – С. 79-86.

4. Електронна бібліотека економіста [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.if.ua/book/4/475.html>



МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Третяк А.М., Харківська державна зооветеринарна академія

Науковий керівник - к.е.н., доцент Коломісць Н.О.

На шляху інтеграції України до європейського освітнього процесу першочергове значення набуває підвищення рівня конкурентоспроможності фахівців з вищою освітою. Конкурентне середовище потребує прийняття управлінських рішень, тобто ринок праці висуває вимоги до рівня теоретичних знань потенційного працівника.

Участь України у європейських та євроатлантичних інтеграційних процесах вимагає від фахівців економічного спрямування вміння кваліфіковано використовувати облікову інформацію системі управління з метою проведення стратегічних змін у діяльності підприємства. Для успішного розвитку суб'єкту господарювання, гармонійного забезпечення інтересів його власників, персоналу, інвесторів необхідно проводити постійний моніторинг його фінансового стану. Саме фінансові показники діяльності підприємства є індикатором його конкурентоспроможності й ефективності господарювання в ринковій економіці. Становлення ринкової економіки в Україні, поява фінансових ринків сприяли розвитку такого важливого напрямку аналітичної роботи, як фінансовий аналіз.

За сучасних умов кожне підприємство повинно чітко орієнтуватись у складному лабіринті ринкових відносин, правильно оцінювати виробничий та економічний потенціал, стратегію подальшого розвитку, фінансовий стан як свого підприємства, так і підприємств – партнерів.

Визначення фінансового стану підприємства є досить актуальною проблемою в наш час. Залежність фінансової стабільності пов'язане з використанням певної системи показників, які повинні чітко відображати надходження, використання фінансових ресурсів. Серед них велику роль відіграє показник платоспроможності, який показує на скільки ефективним є дана організація.

Проблемам оцінювання фінансового стану вітчизняних підприємств досить велику увагу приділяють провідні вчені, серед яких слід відмітити

Мец В.О., Азаров А.О., Тарасенко Н.В., Івахненко В.М., Завгороднього В.П., Сопка В.В., Калину А.В.

Фінансовий стан – це здатність (спроможність) підприємства фінансувати свою діяльність. Він характеризує забезпеченість фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю.

Аналізувати фінансовий стан будь – якого підприємства є нагальною необхідністю. Фінансовий аналіз – це засіб оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності. Фінансовий аналіз може використовуватись як управлінським персоналом самого підприємства, так і будь – яким зовнішнім аналітиком. В практиці виділяють два види фінансового аналізу:

- внутрішній,
- зовнішній.

Внутрішньогосподарський аналіз виконується для керівників підприємства, а також їхніх функціональних і лінійних підрозділів.

Результати цього аналізу використовують для планування, контролю та прогнозування фінансового стану підприємства. Його мета встановити планомірне надходження грошових коштів і розмістити власні та позичені кошти таким чином, щоб забезпечити нормальне функціонування підприємства, одержання максимального прибутку і запобігти банкрутства.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є :

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивне оцінювання динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінювання становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та, як результат, кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів.

Інформаційними джерелами для розрахунку показників і проведення аналізу є річна й квартальна бухгалтерська звітність: Ф-1 «Баланс», Ф- 2 «Звіт про фінансові результати», Ф-3 «Звіт про рух грошових коштів», Ф-4 « Звіт про власний капітал», Ф-5 «Примітки для річної фінансової звітності», а також данні бухгалтерського обліку і необхідні аналітичні розшифрування руху і залишків за синтетичними рахунками.

Голова мета аналізу фінансової звітності – своєчасно виявити й усунути недоліки у фінансовій діяльності та знаходити резерви поліпшення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

1. На підставі вивчення взаємозв'язку між різними показниками виробничої, комерційної і фінансової діяльності дати оцінку виконання плану з надходження фінансових ресурсів та їх використання з позиції поліпшення фінансового стану підприємства.

2. Прогнозування можливих фінансових результатів, тобто прибутку та рентабельності, виходячи з реальних умов господарської діяльності й наявності власних і позикових ресурсів, розроблення моделей фінансового стану за різних варіантів використання ресурсів.

3. Розроблення конкретних заходів, які спрямовані на ефективніше використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансового стану підприємства

У міжнародній практиці використовуються певні методи (прийоми) аналізу фінансового стану, які ґрунтуються на різноманітних абсолютних та відносних типових показниках, що дають можливість не тільки проводити аналіз статей балансу підприємства, але й порівнювати підприємства окремої галузі господарства або таких, що займаються аналогічними видами діяльності .

Основними методами (прийомами) аналізу звітності є:

1. Аналіз звітності (порівняльний аналіз)
2. Горизонтальний аналіз.
3. Вертикальний аналіз.
4. Факторний аналіз.

Аналіз звітності – це вивчення абсолютних показників, представлених у звітності. Шляхом аналізу звітності визначають майновий стан підприємства, коротко - і довгострокові інвестиції, джерела фінансування власного капіталу, оцінюються зв'язки між постачальниками і покупцями, виручка від діяльності та прибуток звітного року.

Горизонтальний аналіз - дозволяє визначити абсолютні і відносні зміни різних статей звітності у порівнянні з попереднім роком, півріччям чи кварталом.

Вертикальний аналіз є аналізом внутрішньої структури звітності .При проведенні такого аналізу ціла частина (валютний баланс, обсяг реалізації у Звіті про фінансові результати) приймається за 100% і обчислюється питома вага кожної її складової.

Факторний аналіз передбачає визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або хаотичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження.[5,ст.184].

Пріоритетним напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємства сьогодні є інноваційна діяльність. Економічно сильні сільськогосподарські підприємства інтенсивно впроваджують нові прогресивні технології в рослинництві, тваринництві, використовують високоврожайні сорти культур, ефективні засоби захисту рослин, розводять високопродуктивні породи тварин, застосовують нові інформаційні технології. Належне управління інноваційними процесами у змозі забезпечити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на ринку. В обліку така інформація не відображається в систематизованому вигляді, що унеможливає визначення ефективності інновацій та управління цими процесами. Тому пропонується в складі відповідних синтетичних рахунків відкривати аналітичні рахунки для обліку витрат, виходу продукції за новими технологіями доходів, джерел фінансування витрат на інноваційну діяльність.

Література.

1. Азаров А.О., Воронюк О.В.Складання оптимальної множини параметрів при оцінці фінансового стану підприємства / А.О.Азаров, О.В.Воронюк // Економіка : проблеми теорії та практики - Дніпропетровськ .- 2014 С.1143 – 1149.
2. Азаров А.О., Воронюк О.В. Аналіз методів оцінки фінансового стану підприємства //розвиток фінансово – кредитної системи України в умовах ринкових трансформацій. /А.О. Азаров,О.В.Воронюк//– Вінниця : УНІВЕРСУМ – Вінниця, Ландо Лтд. – 2008. –С.261 – 262.
3. Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І. Петрова К.Я. Фінансова діяльність підприємства: Підручник . / О.М.Бандурка, М.Я. Коробов, П.І.Орлов, К.Я.Петров// – К.; Либідь, 2008. – 384 с.
4. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу. Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни./ В.М.Івахненко// - К.: КНЕУ, 2010.- 263с.
5. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник ./ В.О.Мец// - К.: КНЕУ, 2012.- 155с.
6. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств. Навчальний посібник / А.М.Поддєрьогін// - К. КНЕУ, 2012 – 460с.
7. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент Підручник/ А.М.Поддєрьогін// - К. КНЕУ, 2005– 536с.



MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF MILK PRODUCTION

Federka S., Kharkov Petro Vasilenko state technical university of agriculture

Competitiveness of production in modern conditions is a necessary condition for the existence and sustainable development of agricultural producers. The financial well-being of the majority of agricultural enterprises, the social stability and development of the village, the income level of the majority of workers in the agrarian sphere depend on the competitiveness of milk production.

Основной целью любой фирмы в условиях рыночной экономики является сохранение и расширение своих позиций на рынке, рост или, по крайней мере, стабильное получение прибыли. Это возможно только при ориентации на максимизацию прибыли, главным средством достижения которой наступает обеспечение высокой конкурентоспособности [1].

Competition is a term of Latin origin, literally means "collision." The concept of competition is ambiguous, not covered, by any universal definition. Competition is a method of management and a form of capital existence in which one individual capital competes with another. At the same time, competition is a mechanism for automatically regulating the proportion of social production.

The definition of competition given by the well-known researcher M.Porter is widely recognized, in which the competitive strategy should be based on a comprehensive understanding of the structure and the process of its change. In any branch of the economy - it does not matter, it acts only in the domestic market or on the external one, too. The essence of competition is expressed by five forces:

- the threat of new competitors;
- the threat of the appearance of substitute goods;
- the ability of suppliers of components to bargain;
- the ability of buyers to bargain;
- rivalry of existing competitors.

The value of each of the five forces varies from branch to branch, and predetermines, ultimately, the profitability of industries [5].

Competitiveness is a complex economic category that can be viewed at several levels:

- competitiveness of goods;
- competitiveness of the commodity producer;
- sectoral competitiveness;
- competitiveness of countries.

Competitiveness of agrarian products means, first of all, compliance with the conditions of the food market, specific requirements of consumers for qualitative, technical, economic, commercial conditions (price, delivery terms, distribution channels, service, advertising) and consumer costs [4].

The competition for a product is the desire to capture a part of the competitor's industry market by releasing products of a new range and quality while maintaining approximately the same price.

Competitiveness of products is determined by a set of consumer characteristics that allow satisfying special market conditions. Competitive products are easily and quickly sold on the market by the least expensive channels of sales. In fact, the goods are tested for the degree of satisfaction of public needs.

Competitiveness (ie the possibility of marketing in this market) of goods can be determined only by comparing the competitors' products with each other.

In other words, competitiveness is a relative concept, clearly tied to the market and (for seasonal demand goods) selling time [2, 3].

In this case, it is necessary to distinguish between the quality and competitiveness of the goods. Competitiveness of goods - an important market category, reflecting one of the existing market - its competitiveness.

The competitiveness of the goods is more dynamic and volatile. When the qualitative characteristics of a product change, its competitiveness can vary within rather wide limits, reacting to changes in the composition, actions of competitors-producers and competing goods, price fluctuations. Quality is simply a combination of those properties of a product that make it capable of performing specified functions and thus satisfy a certain need: quality is the result of labor.

To assess the competitiveness, it is important to keep in mind that in the modern market, enterprises are trying to sell not individual goods but the whole complex of goods related to the goods important for the buyer, so that he assesses competitiveness from completely new, more acceptable for him and more difficult for the producer positions.

Competitiveness of goods is determined only by the totality of properties that are of undoubted interest for a certain group of buyers, and ensures satisfaction of this need. Other characteristics and properties of the goods are not taken into account. A product with a higher quality level may be less competitive if its value has been significantly increased by giving the product new properties that are not requested by the group of consumers for which it is intended. In addition, the same product can be competitive in the domestic market and non-competitive on the external, and per turn [6].

Different definitions of competition, as a rule, do not contradict, but rather complement each other. At the same time, each of them taken separately, it is impossible to recognize sufficient. This is reflected in the fact that, characterizing certain signs of competition, they overlook the general theoretical aspect of the problem - the essence of its inherent economic relations.

Increasing the competitiveness of milk based on the above factors at the level of agricultural enterprises can be carried out in the following main areas:

1. Use of internal capabilities of the enterprise (application of new technologies, improvement of management, improvement of product quality, etc.).
2. Use of opportunities of an external environment of the enterprise (carrying out of the certain economic, agrarian and trading policy of the state).
3. The use of marketing measures to increase the competitiveness of products (the development of a system of measures to create demand for products, organize its sale, etc.).

Increasing the competitiveness of milk is possible with a comprehensive, systemic approach to solving this problem at all stages of the reproductive process.

The basis for increasing the competitiveness of milk is the intensity of the use of productive livestock, which is possible with the correct organization of reproduction of the herd. The quality of the pedigree composition of the dairy herd exerts a significant influence on the final results of production-making profit, and, consequently, increasing the competitiveness of products.

An increase in the productivity of a dairy herd is possible if the genetic potential of animals is used more effectively. Evaluation of cows should be made according to the level of fat in milk. However, the realization of genetic potential is impossible without a solid fodder base, full-fledged feeding of animals.

In practice there is a disproportion:

- between livestock and feed production;
- the actual level of feeding and scientifically based standards and protein deficiency;
- between the volume of feed production and the occupied area;
- between the increase in industrial waste and their return to agriculture.

In addition to accounting for full economic costs, when calculating the indicators of the level of competitiveness, it is necessary to take into account that profit and profitability may not be sufficient for expanded reproduction.

A number of internal and external factors should also be taken into account:

- rate of inflation;
- average turnover of current assets invested in the industry;
- эффективную процентную ставку по краткосрочным и долгосрочным кредитам (так как процентная ставка прямо не относится на затраты по видам продукции, поэтому не учитывается при расчете себестоимости продукции отрасли); the effective interest rate on short-term and long-term loans (since the interest rate is not directly related to costs by type of product, therefore it is not taken into account when calculating the cost of production of the industry);
- risks (market, financial, natural and climatic, etc.).

The longer the planning period for which competitiveness indicators are calculated, the more fully economic costs must be taken into account: alternative, non-productive, related products of future periods associated with neutralizing risks, external and internal factors, etc.

In addition to accounting for full economic costs, when calculating the indicators of the level of competitiveness, it is necessary to take into account that profit and profitability may not be sufficient for expanded reproduction.

Literature.

1. Білецька О.О. Проблеми конкурентоспроможності України у світовому господарстві та шляхи досягнення економічної безпеки / О.О. Білецька, С.О. Заїка // Наука України. Перспективи та потенціал: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції «Наука України. Перспективи та потенціал» / Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова освіта» - Запоріжжя: 2012. – С. 35-38.

2. Заїка С.О. Конкурентоспроможність та передумови інноваційного розвитку сільськогосподарських товаровиробників / С.О. Заїка // Збірник тез доповідей Шостої Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації». - Тернопіль: Видавництво ТНЕУ «Економічна думка». Частина 1. – 2009. – 203-205.

3. Кастарнов Н. Эффективность и конкурентоспособность молочного скотоводства /

Н. Кастарнов // Молочное и мясное скотоводство. – 2014. - № 7. - С. 2-4.

4. Колобова А.И. Конкурентоспособность молочного скотоводства. Монография / А.И. Колобова, О.А. Косинцева Барнаул: Изд-во АГАУ, 2007. - 377 с.

5. Портер М. Международная конкуренция. / М. Портер – М.: Международные отношения. – 2013. – С. 52-58.

6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. / Р.А. Фатхутдинов – [4-е изд., испр. и доп.] - М.: Изд-во Эксмо. - 2015. - 544 с.



ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЗЕРНА

Федоренко Л.В., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., доцент Шибасєва Н.В.

Ринок зерна уявляє собою складну ієрархічну систему відносин, що виникають між суб'єктами господарювання у процесі виробництва, зберігання, використання зерна та торгівлі ним на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна та визначення цін, а також державного контролю над його якістю та зберіганням.

Значення ринку зерна для України є дуже важливим, адже високі валові збори зерна дозволяють їй не лише забезпечувати внутрішнє споживання, а й займати передові позиції серед світових експортерів. За рахунок експорту зернових формується більше 10% валютних доходів держави. Також, необхідно зазначити, що близько 40% агропромислового виробництва безпосередньо пов'язано із зерновими ресурсами, які є сировиною для виробництва продуктів харчування, кормів для галузі тваринництва, виробництва біопалива, фармацевтичних та косметичних засобів.

Питання державного регулювання ринку зерна, удосконалення його механізмів є важливим та залишається сучасним та актуальним в умовах забезпечення продовольчої безпеки держави та розвитку її експортного потенціалу.

В кожній країні регулюванню аграрного сектора економіки в цілому відводиться особливе місце в силу того, що він є найбільш незахищеним від негативних економічних явищ та процесів. Необхідність державного регулювання аграрного сектора обумовлюється специфічними особливостями сільського господарства: залежність від природно-кліматичних умов; триваліший, в порівнянні з іншими галузями економіки, термін окупності капіталу; сезонність виробництва; сезонність отримання прибутку; консерватизм галузі та неможливість швидкої диверсифікації виробництва; слабка еластичність виробництва та продовольчого ринку; нарівні з економічним, важливе соціальне та екологічне значення галузі.

На формування державної аграрної політики впливають фактори внутрішнього та зовнішнього характеру. До внутрішніх факторів відносяться місце сільського господарства в структурі економіки та актуальні проблеми його розвитку, склад та масштаби соціальних задач держави, стан політичного ринку. До зовнішніх факторів відносяться тенденції на світових ринках сільськогосподарської продукції, рівень конкуренції, зовнішня політика інших держав, участь в інтеграційних об'єднаннях, обов'язки члена перед міжнародними організаціями, такими як СОТ.

Характерною особливістю державного регулювання в зерновій галузі є переважання адміністративних методів втручання в ринковий механізм, що на думку спеціалістів призводить до дестабілізації функціонування ринку зерна, незрозумілості механізму ціноутворення та непрозорості системи взаємовідносин між партнерами по ринку. В свою чергу, це не сприяє розвитку ринкових відносин в галузі, призводить до появи корупційних схем, знижує ефективність і так незначних державних вкладень в галузь.

Розвиток зернової галузі регулюється на основі відповідної законодавчо-правової бази. До основних законодавчих актів, що врегульовують питання формування та розвитку ринку зерна відносяться: Закон України (ЗУ) «Про зерно та ринок зерна в Україні», ЗУ «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», ЗУ «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», ЗУ «Про державний бюджет України», ЗУ «Про державну підтримку сільського господарства України».

До інших нормативно-правових актів, за допомогою яких регулюються питання розвитку галузі в цілому відносяться Укази та Накази Президента, Кабінету Міністрів України та Міністерства аграрної політики та продовольства України щодо діяльності Аграрного фонду, щодо надання державної підтримки в разі складних природно-кліматичних умов, щодо заходів стимулювання та розвитку ринку зерна тощо.

Створюються та затверджуються відповідні державні програми щодо розвитку галузі: Програма «Зерно України – 2015», «Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року», Комплексна галузева програма «Розвиток зерновиробництва в Україні до 2015 року» тощо. Але, як показує практика, більшість з таких програм не були втілені в життя.

Основною метою державної політики в зерновій галузі є збереження державної продовольчої безпеки та стабілізація цін на зерно та продукти його переробки. Але, в свою чергу, немає конкретної методики визначення кількісного та якісного розміру продовольчої безпеки, що призводить до прорахунків які можуть негативно впливати на розвиток галузі.

Для регулювання ринку зерна, а саме створення достатніх внутрішніх запасів, в 2010 р. та 2011 р. були введені квоти та вивізні (експортні) мита на деякі види зернових. Але такі дії призвели до негативних наслідків – скорочення виробництва деяких видів зерна та втрати прибутків виробниками.

Практика державного регулювання експорту зерна за допомогою експортних обмежень мала прямий ефект на зменшення посівних площ деяких видів зернових в Україні. Застосування експортних обмежень, квот та експортних мит мало негативний вплив на ціни на внутрішньому ринку, призвів до їхнього зниження. Також застосування таких заходів знизило інвестиційну привабливість українського агросектору.

Відсутність системного підходу до регулювання зернового ринку, впровадження стабільних правил поведінки негативно впливають на обсяги виробництва зерна. Такі тенденції загрожують порушенням технологій виробництва сільськогосподарських культур в цілому, при невиконанні сівозмін, та, як наслідок, нести загрозу погіршення стану земель, зниженню урожайності культур та нести загрозу порушення продовольчої безпеки країни.

Необхідно звернути увагу на невизначеність держави щодо перехідних запасів зерна як стабілізуючого чинника у розвитку внутрішнього ринку та гаранта продовольчої безпеки країни. Цей показник також характеризує стійкість ринку продовольства відносно таких дестабілізуючих чинників, як неврожай в наслідок засухи або злив чи будь-яких стихійних лих. Важливим інструментом регулювання ринку зерна для забезпечення необхідного рівня продовольчої безпеки є постійний моніторинг залишків, наявності та споживання зерна для складання більш точних балансів зерна.

Для більш ефективного розвитку галузі малі та середні виробники потребують державної бюджетної підтримки як на етапі виробництва, так і на етапі збуту зерна. Але бюджетна підтримка сільськогосподарської галузі характеризується нестабільністю та загалом є недостатньою. При декларуванні соціальних, економічних та екологічних заходів відсутні реальні механізми їх здійснення.

Державна підтримка сільського господарства має пріоритетне значення серед методів державного регулювання, як той, що сприяє гарантуванню продовольчої безпеки держави, підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках.

Таким чином розвиток вітчизняного ринку зерна потребує таких заходів:

- врегулювання законодавчої бази стосовно питань оподаткування сільськогосподарських підприємств та їх об'єднань;
- впровадження та розвиток страхування сільськогосподарських ризиків;

- постійний моніторинг ринку з метою забезпечення продовольчої безпеки та застосування митно-тарифних інструментів регулювання в разі виникнення загроз продовольчій безпеці;
- впровадження та контроль за виконанням програм державної фінансової допомоги;
- впровадження пільгового кредитування для малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників;
- впровадження програм інформаційної та маркетингової допомоги.

Література.

1. Бабан Т.О. Світовий досвід державного регулювання ринку зерна: уроки для України // Вісник ХНТУСГ (Екон. науки). – Харків: ХНТУСГ, 2015. Вип. 161. С. 89-96.
2. Кобута І.В. Оцінка наслідків державного регулювання експорту зерна в Україні // Економіка і прогнозування. 2011. №4. С.139-147.
3. Про зерно та ринок зерна в Україні: Закон України від 4 лип. 2002 р. № 37-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/37-15>.
4. Рунчева Н. В. Державна підтримка ефективного розвитку ринку зернової продукції // Вісник Бердянського ун-ту менеджменту і бізнесу. 2010. № 4 (12). С. 25–29.
5. Сиченко В. В., Сиченко О. О. Державна підтримка та регулювання експорту зерна з України // Вісник Донец. нац. ун-ту екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Серія “Екон. науки”. 2011. № 3. С. 74–78.
6. Сікало М.В. Ринок зерна як об’єкт державного регулювання. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/2/05.pdf>
7. Шибаєва Н.В. Сутність та місце регулярної політики в системі державного регулювання економіки // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». – Львів: ФОП Корпан Б.І., 2014. Т. 16. № 1 (58). Ч. 2. С. 264-271.



ФАКТОРИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Федюкін І.О., Абрамова В.С., Онегіна О.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

Наслідком трансформаційних процесів в економіці України за останні роки стало ослаблення організаційних основ формування і ефективного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Це, в свою чергу, посилює загрозу витіснення українських компаній закордонними конкурентами, не тільки на внутрішньому ринку України, але і на зовнішніх (міжнародних) ринках. Перед підприємствами, орієнтованими на міжнародні ринки, виникають проблеми формування стійких ефективних конкурентних переваг, метою яких є ефективне функціонування на міжнародному конкурентному ринку в цілому.

Розглядаючи вплив інформаційно-комунікаційних технологій, як одного з інструментів, на міжнародну конкурентоспроможність на мікроекономічному рівні, необхідно врахувати різноманітність самих технологій і, одночасно, різноманітність потреб в інформатизації компаній і державних органів. Саме ці факти і визначають актуальність даної теми.

Історичний досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [5]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема.

У теорії підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є можливими за рахунок формування ефективних конкурентних переваг. Всі існуючі заходи щодо підвищення

ефективності конкурентних позицій вітчизняних підприємств можна розділити на дві групи - внутрішні заходи і зовнішні. Що стосується внутрішніх заходів, то слід зазначити - підприємства мають можливість розробляти і впроваджувати їх в життя самостійно, використовуючи при цьому лише власні ресурси. До таких заходів можна віднести, наприклад, фінансування науково-технічних досліджень в належному обсязі, модернізація і заміна застарілого, як морально, так і фізично, обладнання. Також особливу увагу слід приділити проведенню заходів, необхідних для впровадження міжнародної сучасної системи якості «ISO», розробці ефективного механізму оперативного реагування на будь-які звернення споживачів і постачальників, проведення агресивної політики розподілу продукції і її збуту в різних країнах і ін. До зовнішніх заходів відносять безліч чинників, проте без допомоги держави, державного регулювання або міжнародних організацій, в даний час, здійснити їх виконання неможливо. Зовнішні заходи, в першу чергу, пов'язані з діями і заходами українського уряду. Ці дії важливі як на рівні міжнародних відносин, так і у внутрішніх економічних відносинах між вітчизняними підприємствами. Внутрішні заходи українського уряду повинні стосуватися, як приклад, зниження податкового тиску і податкового навантаження підприємств - виробників продукції; захисту вітчизняних товаровиробників в антидемпінгових розслідуваннях; вирішення проблем з повернення податку на додану вартість; забезпечення стабільного курсу національної валюти; поліпшення економічного клімату в країні; дотримання встановлених міжнародних економічних стандартів; створення сприятливих умов для збільшення обсягів залучення іноземних інвестицій; вдосконалення нормативно-правової бази для перспективного розвитку конкурентного середовища, як зовнішнього, так і внутрішнього і т.д. [2].

Важливим для формування потенціалу розвитку вітчизняних підприємств є їх переорієнтація на досягнення високих цілей підвищення конкурентоспроможності та виходу на міжнародні ринки, як надійних партнерів. Для виходу на закордонні ринки в умовах глобалізації вітчизняним підприємствам потрібно не тільки впроваджувати діяльність на внутрішніх заходах країни, а й слід активно здійснювати процеси зовнішніх заходів, зокрема, проводити закупівлі активів іноземних компаній, власноруч створювати іноземні філії і представництва і головне - формувати сучасні схеми поставок, розподілу і збуту своєї продукції з метою наближення до споживача, як вітчизняного, так і іноземного. Однією з найбільш актуальних проблем для українських експортерів є контроль (оперативний і повний облік) собівартості продукції. З одного боку, можливість такого контролю забезпечує підприємствам додаткові резерви при введенні протекціоністських заходів захисту іноземних ринків. З іншого боку, переговорні позиції компаній при антидемпінгових розслідуваннях можуть бути значно поліпшені при наявності прозорої бухгалтерської звітності міжнародного зразка. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє вирішити обидві ці задачі. В умовах глобалізації світових ринків найважливішою конкурентною перевагою компаній також можливість зниження собівартості продукції. Питання застосування інформаційно-комунікаційних технологій можливі для оптимізації наступних факторів собівартості:

- витрат на трудові ресурси;
- витрат на відновлення капіталу;
- витрат на матеріали і логістику;
- рівня технологічної продуктивності праці;
- рівня технологічної продуктивності капіталу;
- маркетингових витрат;
- витрат на фінансовий капітал;
- якості управління.

Крім рівня собівартості, найважливішою конкурентною перевагою на світових ринках є висока якість продукції і послуг. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій для покращення якості можливо на всіх етапах життєвого циклу продуктів, зокрема:

- на етапі проектування - за рахунок застосування систем автоматизованого проектування і моделювання (cals), зберігання проектної документації в цифровий формат;
- на етапі поставки і виробництва - за рахунок контролю якості сировини, автоматизованого контролю роботи обладнання, автоматизації процесу планових ремонтів;

- на етапі зберігання і транспортування - за рахунок кращого логістичного планування (і скорочення термінів доставки), а також автоматизованого контролю термінів придатності продукції;

- на етапі реалізації - за рахунок автоматизованого обліку претензій і пропозицій споживачів.

Важливим інструментом адаптації корпорацій до змін ринкових умов є науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки. В сучасних умовах проведення НДДКР без повного використання інформаційно-комунікаційних технологій практично неможливо.

Можна виділити наступні основні переваги використання інформаційно-комунікаційних технологій у дослідницькій діяльності та конструкторських розробках:

- зменшення термінів розробки і виведення товарів на ринок;
- зменшення трудовитрат за рахунок автоматизації рутинних операцій і аналітичних можливостей;
- зниження витрат на натурні випробування за рахунок використання комп'ютерного моделювання;
- підвищення якості готової продукції і зниження витрат на її технічне обслуговування;
- технологічне оформлення документації.

Одним з найважливіших джерел фінансування інвестиційних витрат корпорацій в даний час є залучення коштів на фінансових ринках.

В умовах глобалізації великі компанії мають можливість залучення коштів не лише на національному, а й на міжнародному ринку (для українських компаній ця можливість особливо актуальна через більш низьких рівнів відсотка на зарубіжних фінансових ринках у порівнянні з національним).

Серед найважливіших умов виходу компанії на міжнародні фінансові ринки інформаційна прозорість її діяльності. Інформаційно-комунікаційні технології є інструментальною базою для якісного розкриття корпоративної інформації.

При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і відмінності від конкурентів, які повинні бути реальними і виділяти продукцію на ринку.

Однак, в будь-якому випадку, ефективність діяльності оператора ринку будь-якого рівня оцінюється за результатами реалізації його продукції та обсягами отримання прибутку [4].

Галузь інформаційно-комунікаційних технологій традиційно поділяється на два сегменти: інформаційні технології (технології автоматизованої обробки інформації) і комунікаційні технології (технології зберігання і передачі інформації).

Інформаційні технології, зокрема, дозволяють:

- автоматизувати окремі трудомісткі операції;
- автоматизувати і оптимізувати виробниче планування;
- оптимізувати окремі бізнес-процеси (наприклад, відносини з клієнтами, управління активами, документообіг, прийняття управлінських рішень) з урахуванням специфіки різних галузей економічної діяльності.

- безпосередній вплив інформаційно-комунікаційних технологій також відбивається на наступних факторах міжнародної конкурентоспроможності корпорацій:

- можливість подолання торгових бар'єрів;
- можливість реалізації продукції за сформованими світовими цінами (з точки зору собівартості товарів і послуг);
- підтримання якості продукції та сервісу на світовому рівні;
- доступ до міжнародних фінансових ринків;
- швидка адаптація до змін (в технологіях, споживчі переваги, умови торгівлі);
- сильні позиції на внутрішньому ринку.

Відповідно до гіпотези переважаючого попиту С. Ліндера і теорії міжнародної конкурентоспроможності націй М. Портера, необхідною умовою міжнародної конкурентоспроможності є конкурентоспроможність на внутрішньому ринку [3]. Мова, по-перше, йде про здатність національних компаній витримувати конкуренцію і з іншими національними виробниками, і з транснаціональними постачальниками товарів і послуг на

внутрішньому ринку. По-друге, за рахунок розширення частки національного ринку компанії накопичують потенціал для закордонної експансії. Тому слід розглядати можливості підвищення конкурентоспроможності не тільки великих компаній, але також середніх і малих підприємств (при сприятливих умовах можуть дорости до міжнародного рівня).

Одним із завдань, що сприятиме успішному входженню України на міжнародний ринок і досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, є правильне і ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій. Використання інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє малим і середнім підприємствам за рахунок зниження витрат поширення ринкової інформації долати нішеві і географічні обмеження своєї діяльності.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2004. – 264с.
7. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
8. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченка. - Київ: ЦНА, 2003. – 186 с.



AUTOMATION IN THE ELECTRIC POWER INDUSTRY

Chala N.G., Kharkiv Petro Vasulenko National Technical University of Agriculture

Milenin D.M. assistant

With the development of the electric power industry, it quickly became clear that to regulate processes in the production, transportation and conversion of electricity, it is necessary to use high-speed devices that could instantly react to changing processes in the power grid, automatic emergency generator.

Automation is one of the directions of scientific and technological progress, the use of self-regulating technical means, economic and mathematical methods and control systems that relieve a person from participation in the processes of obtaining, converting, transferring and using energy, materials or information that significantly reduces the degree of this participation or the laboriousness of the operations. It requires additional application of sensors (sensors), input devices, control devices (controllers), actuators, output devices using electronic equipment and computational methods, sometimes copying the human's nervous and mental functions. Along with the term automatic, the concept of automated is used, emphasizing the relatively greater degree of human participation in the process.

Automated:
Production processes;
Designing;

Organization, planning and management;
Scientific research.

The goal of automation is to increase labor productivity, improve product quality, optimize management, eliminate a person from production that is hazardous to health, increase reliability and production accuracy, increase convertibility and reduce processing time.

Automatic control of normal modes of the power supply system. It provides:

- automatic maintenance at a given level;
- voltage, frequency and reactive power;
- buses of electric stations;
- automatic coefficient adjustment;
- automatic control of reactive;
- automatic adjustment;
- compensation of arc suppression reactors in;
- electric networks with a voltage of 6-10-35 kV.

These automation devices provide, at a given level, voltage and frequency in the normal operation of the power supply system, the ARV device seeks to maintain the voltage in emergency situations.

High-speed modern relay protection devices and power transmission line switches made it possible to implement a fast-acting and accelerated re-inclusion. The creation of highly sensitive electoral bodies, determining on which of the wires of the high or high voltage overhead line a short-circuit to ground occurred, allowed the introduction of a single-phase automatic re-activation.

Inclusion of synchronous generators for parallel operation is also entrusted to automation. Inclusion of the generator in the network can be accompanied by shocks of the equalizing current and active power on the generator shaft, as well as by more or less prolonged swings. These undesirable phenomena result from the fact that the rotational speed of the switched-on generator is different from the synchronous speed of the power system generators, and the voltage at the terminals of the excited generator is from the voltage on the bus bars of the power plant. Therefore, to enable the synchronous generator to work in parallel with other operating generators of a power plant or grid, it must first be synchronized. Synchronization is the process of equalizing the rotational speed and voltage of the generator to be switched on with the rotational speed of the operating generators and the voltage at the power plant, as well as the selection of the corresponding time for the impulse to switch on the generator switch. In practice, two methods of synchronization were widely used: precise synchronization and self-synchronization.

When the generator is turned on in the way of precise synchronization, the following conditions must be fulfilled: the absolute value of the voltage of the generator to be switched on and the voltage of the network; equality of the angular rotation speed of the generator (or frequency) to be switched on and the angular speed of rotation of the power system generators (or frequency); coincidence in phase of the generator voltage vectors and the mains voltage at the moment of switching on the circuit breaker.

The next type of automation are devices for automatically changing the transformation ratios of transformers. The automatic change in the transformer ratio of power transformers is made to maintain a certain voltage level at the terminals of electric power consumers. The change in the transformation ratio by switching the tapping of the windings by the switching device takes place abruptly. A gradual change in the coefficient of transformation by changing the magnetic state of the magnetic circuit by its magnetization is sometimes performed for small power transformers intended for feeding a special load.

Application of the specified automatic systems allows:

- prevent the development of many accidents, reduce their total number, and also reduce the time of outage of electrical installations and idle mechanisms;
- reduce the number of maintenance personnel and transfer to work without regular maintenance a large number of electrical substations;
- to increase labor productivity.

The main task of automation of the systems under consideration is to increase the reliability of power supply to consumers.

Automation devices are presented with a number of requirements, among which can be identified such as accuracy, high reliability and ease of use.

Long-term operation of many systems in the absence of permanent duty personnel necessitates a significant increase in their reliability, the introduction of control of serviceability and simplification of maintenance, in particular, repair.

To this we can add the following statement that at the moment leading automation specialists are developing new automation devices designed to improve the quality and improve the reliability of the electric power industry.



МЕТОДИ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Черниш Я.В., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені П. Василенка
Научний керівник – Голованова А.Е.

Однією зі складових ефективного функціонування підприємства – є професійно організоване управління. Про це говорять фахівці та дослідники теорії і практики адміністративного менеджменту, як зарубіжні, так і вітчизняні. На жаль кризові ситуації, які відбуваються в економічній та соціальній системах економіки, змушують пристосуватися організації до певних змін зовнішнього середовища, які зумовлюють зміни в процесі формування, функціонування та розвитку діяльності організації. Іноді це призводить до хаотичності управління. А отже проблеми, які виникають перед організацією неможливо вирішити без досконалих знань і вмінь застосовувати методи адміністративного менеджменту.

Основну роль при реалізації функцій адміністративного менеджменту відіграє застосування ефективної системи методів розробки, ухвалення та реалізації змісту адміністративних операцій. Про це засвідчує обґрунтування, виокремлення і розвиток більшості поширених теоретичних і практичних класифікацій адміністративних (організаційно-стабілізуючих, організаційно-розпорядчих і дисциплінарних) методів. Зазначені методи є основним інструментом створення, функціонування і розвитку організації, що реалізовується у широкій палітрі формалізованих методів побудови і здійснення адміністративних дій. Адміністративні методи управління – це організаційно-розпорядчі методи, що охоплюють відносини у сфері управління організацією і є сукупністю прийомів, впливів, які базуються на використанні об'єктивних організаційних відносин між людьми та загальноорганізаційних принципів управління. Це методи, що ґрунтуються на силі та авторитеті влади, тобто наказах, постановах, розпорядженнях, вказівках, інструкціях, і дають змогу регламентувати діяльність, забезпечують організацію нормативами й підтримують трудову дисципліну. Загалом систему адміністративних методів можна охарактеризувати як сукупність двох рівнозначних елементів, які впливають на структуру управління (регламентація діяльності, нормування в системі управління) і на процес управління (підготовка, прийняття, організація виконання і контроль за управлінськими рішеннями). Організаційний вплив на структуру управління здійснюється здебільшого шляхом організаційного регламентування, нормування, організаційно-методичного інструктування і проектування. Вплив на процес адміністративного менеджменту забезпечують методи розпорядчого впливу керівника на колектив загалом і особистість зокрема. Характерними особливостями адміністративних методів управління є: - прямий вплив на керований об'єкт шляхом встановлення його повноважень (прав і обов'язків); - односторонній вибір суб'єктом управління найближчої та кінцевої мети, завдань управлінського процесу, порядку, термінів його виконання об'єктом, ресурсного забезпечення, умов виконання завдань на кожному конкретному етапі; - юридична обов'язковість актів управління (указів, постанов, рішень, розпоряджень, наказів і резолюцій), невиконання яких розглядається як порушення

обов'язків та може спричинити не тільки адміністративну чи дисциплінарну відповідальність, а й кримінальну. Таким чином, адміністративні методи управління є провідними в системі адміністративного менеджменту. Вони дають змогу чітко розподілити обов'язки в апараті управління, дотримувати правові норми і повноваження у ході вирішення питань господарської діяльності, а також застосувати заходи примусу і дисциплінарної відповідальності. Водночас, адміністративні методи забезпечують організованість у процесі роботи та високу дисципліну праці, координацію трудових зусиль працівників шляхом прямого (адміністративного) спонукання їх до дій, а також контроль за роботою підприємств (організацій та установ) й окремих працівників. Для розуміння сутності адміністративних методів управління важливе значення має їхня класифікація, що базується на врахуванні специфіки засобів, важелів організаційного впливу. Цими важелями є регламент, норма, інструкція, дисциплінарні вимоги, відповідальність і повноваження.

Відповідно можна виокремити три групи адміністративних методів управління: організаційно-стабілізуючого, розпорядчого і дисциплінарного впливу. Основне місце серед перелічених вище посідають методи організаційно-стабілізуючого впливу, основний зміст яких полягає у встановленні стійких організаційних зв'язків між елементами системи за допомогою закріплення за ними визначених обов'язків перед системою загалом і окремими її ланками, тобто цей організаційний вплив, спрямований на постійну зміну підсистем, їхньої структури та порядку діяльності.

Другою групою адміністративних методів управління є методи розпорядчого впливу, які відображають поточне використання встановлених організаційних зв'язків і їх часткове коригування в разі зміни умов роботи. В основу розпорядчих методів покладено повноваження та обов'язки.

Третю групу адміністративних методів становлять методи дисциплінарного впливу – це санкції за відхилення від встановленого порядку та вимог державної, фінансової, договірної дисципліни, статутів. Їхньою метою – є забезпечення стабільної діяльності організації через дисциплінарні вимоги.

Отже, значення вище згаданих методів у системі адміністративного менеджменту полягає в тому, що вони дають змогу: чітко розподілити обов'язки в апараті управління; забезпечити дотримання правових норм і повноважень у господарській діяльності; координувати трудову діяльність шляхом адміністративного впливу; контролювати роботу підприємств, колективів та окремих працівників; застосувати заходи дисциплінарної відповідальності. У визначених методах адміністративний вплив набуває предметної форми і спонукає виконавців до конкретних дій. Широке застосування в дослідженні теорії адміністративно-державного управління має діалектичний метод, що дає змогу визначити внутрішні суперечності процесу адміністрування як джерела його саморозвитку. Власне цей підхід допомагає виявити основні тенденції, пріоритети в системі адміністративного управління, розглянути їх у динамічному розвитку, органічному зв'язку з соціально-економічною, політичною, духовно-культурною сферами. Важливим у дослідженні адміністративно-державного управління є порівняльний (компаративний) метод. Його важливість полягає в тому, що він надає можливість максимально використати багатоманітність міжнародного досвіду адміністрування щодо знаходження оптимальних моделей для порівняння з реальним станом існуючої системи адміністративно-державного управління в Україні, що потребує реформування. Учені цінують цей метод як перспективний за багатство методологічного інструментарію, який ґрунтується на принципах зіставлення законодавства України у сфері адміністративно-державного управління з міжнародно-правовими нормами. В осмисленні теорії адміністративно-державного управління вагоме значення належить групі методів – емпіричним (біхевіористичним): безпосередньому спостереженню; конвент-аналізу документів та інформаційних потоків; експерименту, анкетному опитуванню; інтерв'ю тощо.

Література.

1. Коротков Э. Генезис менеджмента.
2. Е. Кузьмина. Проблемы теории и практики управления. – 2012.

- 3.Охріменко А. Г. Основи менеджменту: Навчальний посібник.— К. : Центр навчальної літератури, 2006.
4. Новіков Б. В., Сініок Г. Ф., Круш П. В. Основи адміністративного менеджменту: Навч. посіб. - К. Центр навчальної літератури", 2004. - 560 с.
5. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. — 2. изд. — М. : Фирма Гардарика, 1996. — 416с.
6. Єрмошенко М. Менеджмент : Навчальний посібник/ Микола Єрмошенко, Сергій Єрохін, Олег Стороженко,; Національна академія управління. -К.: Національна академія управління, 2006. -655 с



КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***Чуйкова О.В., Абрамова В.С., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.***

Аналіз процесів економічного розвитку показує, що їх основою є інновації та інноваційна діяльність. Практика переконливо підтвердила тезу Й. Шумпетера, який відзначав, що основним механізмом розвитку економіки є конкуренція, заснована на інноваціях, що призводить до «творчого руйнування» вже сформованих галузей і ринків, а також творчість інноваційного підприємця, здатного втілити нові ідеї в ефективні економічні рішення.

Особливе місце в побудові конкурентоспроможної аграрної сфери займає виробниче підприємство. Саме при веденні виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарського підприємства формується якісний рівень продукції, визначаються її вартісні показники і, в кінцевому підсумку - її конкурентоспроможність [2].

В сучасних умовах функціонування аграрного ринку, де превалює олігопсонія, зокрема, наявність багаторівневих посередницьких структур і великої кількості товаровиробників, конкурентоспроможний товар має не тільки протистояти товару - конкуренту, а й перевершувати його. Тому, підвищення конкурентоспроможності товару знаходить своє відображення, по-перше, в змісті більшої частки ринку. По-друге, для сільськогосподарської продукції рівень конкурентоспроможності можна вважати прямо пропорційним отриманому ефекту, тобто через більш високий рівень рентабельності виробництва і збуту продукції. І, по-третє, в більшій прибутковості підприємства аграрної сфери також полягає вищий рівень конкурентоспроможності.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває особливої актуальності з огляду на останні тенденції розвитку ринку. Досвід розвитку цивілізації свідчить, що рух «здорової» економічної системи, орієнтованої на критерії ефективності і здатності до саморегулювання, відбувається на основі ринкових відносин [3]. Це тісно пов'язано з розвитком конкуренції, загалом, та конкурентоспроможності підприємств, зокрема.

Аналіз економічної літератури, присвяченої проблемі конкурентоспроможності, дозволив зробити наступні висновки. Дослідники різних аспектів цієї проблеми виділяють в основному три підходи до визначення конкуренції. Одні визначають конкуренцію як змагання на ринку. Такий підхід характерний для вітчизняної літератури. Другий підхід розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, що дозволяє зрівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії. Третій підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку (теорії про структуру ринку).

Однак при виборі і обґрунтуванні методу оцінки конкурентоспроможності краще дотримуватися основних принципів першого підходу, оскільки процедура оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів передбачає ранжування організацій за економічними

показниками, що обумовлює природу економічного змагання. Крім того, проблема забезпечення конкурентоспроможності об'єктів неможливо вирішити без детального аналізу механізму дії економічних законів, принципів організації, застосування наукових підходів до управління.

Мета дослідження полягає у визначенні теоретичної сутності конкурентоспроможності, особливостей визначення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств, проведення аналізу механізму формування конкурентних переваг, а також визначення перспектив розвитку конкурентних стратегій вітчизняних підприємств для ефективного функціонування на об'єктових ринках.

Загалом, процес управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства означає не тільки процес створення тих чи інших споживчих властивостей товару, не тільки використання тієї чи іншої цінової стратегії, а й диктує необхідність враховувати стан самого аграрного ринку, здійснювати аналіз впливу ринкових умов на підприємство, на рівень його ринкового потенціалу. Таким чином, розробка інтегрованого підходу до аналізу й оцінки конкурентоспроможності аграрного підприємства має відбуватися з урахуванням орієнтирів інноваційного розвитку.

При проведенні аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств ми пропонуємо методичний підхід, орієнтований на об'єктивність і оптимальність розрахунків за існуючими даними їх виробничо-господарської діяльності [5, 6]. Необхідно також відзначити, що проведення даного аналізу слід розділити на наступні блоки:

- визначення ємності ринку і особливостей функціонування учасників;
- визначення інтенсивності конкуренції і концентрації на ринку;
- порівняння підприємств за різними критеріями конкурентоспроможності;
- оцінка конкурентоспроможності окремих підприємств.

Під оптимальним рівнем конкурентоспроможності товару розуміють той, при якому найбільш повно досягаються поставлені підприємством мети. Питання оптимізації рівня найчастіше розглядається відповідно до завданням досягнення найбільшої маси прибутку, а іноді - самої норми прибутку.

Вираз конкурентоспроможності підприємства сукупно через індекси прибутку і частки ринку є досить універсальним підходом. Головне завдання підприємств на максимально можливе збільшення конкурентоспроможності узгоджується з метою максимізації прибутку. В цьому і полягає основна відмінність від уявлення формальної конкурентоспроможності товару (через співвідношення якості - ціни), оскільки надмірне підвищення конкурентоспроможності товару може виявитися не вигідним з точки зору отримання максимального прибутку. Тоді виникає проблема визначення оптимального рівня конкурентоспроможності товару дозволяє досягти найбільшої конкурентоспроможності підприємства.

Існує досить багато методів оцінки ефективності результатів інноваційної діяльності підприємств, проте практично жоден з них взятो окремо не дає прийнятних результатів, так як не враховує лише окремі чинники виробничо-комерційної діяльності. Слід зазначити, що традиційні методи оцінки стратегій інноваційного розвитку, які передбачають порівняльну оцінку альтернативних варіантів за такими критеріями, як чистий приведений дохід, термін окупності, рівень рентабельності, норма прибутковості і т.д., вимагають детальних відомостей по кожному з порівнюваних варіантів. Це пов'язано зі значними витратами часу і коштів одночасно. А в умовах швидких змін на ринку і дефіциту фінансових коштів на проведення такого аналізу може просто не вистачити ні часу, ні коштів.

З огляду на, що ситуація на функціонуючому ринку може суттєво змінитися, наявні на даний момент ринкові можливості будуть, в першу чергу, реалізовані підприємствами, які змогли оперативно їх виявити і використовувати. Тому, визнаючи безсумнівну необхідність детального економічного аналізу та оцінки прийнятих організаційних і управлінських рішень відповідно до загальновизнаних методик, слід зазначити, що попередній відбір варіантів необхідно виконувати іншими способами. Наприклад, один із способів передбачає застосування елементів нечіткої логіки, оперативно і з мінімальними витратами. Тим більше, якщо таких варіантів виявиться досить багато.

З іншого боку, чисто логічний пошук варіантів розвитку з застосуванням інтуїції, спеціалізується на багатьох підприємствах, включає в себе багато елементів суб'єктивізму, а відібрані варіанти далеко не завжди є кращими. Іноді обрані стратегії просто неприйнятні, оскільки не відповідають існуючим реаліям.

Так, наприклад, методика оцінки за допомогою коефіцієнтів упевненості дозволяє врахувати імовірнісну природу характеристик зовнішнього і внутрішнього середовища, що дозволяє приймати рішення в умовах більшої визначеності і меншого ризику.

Всі існуючі методики мають цілком формалізований вигляд і можуть бути реалізовані на ЕОМ із застосуванням стандартних пакетів програм, наприклад Microsoft Office. Це чітко підвищує оперативність і точність робіт, дає принципову можливість розширення кола вибору за рахунок оперативного аналізу та оцінки безлічі альтернативних варіантів. При цьому також включені їх різні комбінації, дозволяє аналізувати можливі варіанти розвитку подій на об'єктовому ринку в залежності від того, яка з виявлених тенденцій отримає розвиток.

Крім того, такі підходи дозволяють значною мірою подолати суб'єктивізм експертних оцінок, знизити ризик прийняття неадекватних зовнішньому і внутрішньому середовищі відповідно до виробничо-комерційної діяльності підприємств.

Отже, слід зазначити, що пошук нових шляхів підвищення ефективності інноваційної діяльності вітчизняних, зокрема, аграрних підприємств і створення умов для зародження і розвитку національного ринку інноваційних аграрних товарів вимагає істотного розширення застосування нових маркетингових принципів і технологій, які повинні бути покладені в основу концепції маркетингу інновацій, що набирає популярність.

В основному, це стосується розробки і впровадження науково-методичних основ для підвищення рівня ринкової адекватності ідей, концепцій, прототипів нових товарів на етапах інноваційного циклу їх створення і на етапі їх комерціалізації. Оскільки, навіть незначна кількість інноваційної продукції, виробленої і реалізованої на аграрному ринку вітчизняними підприємствами, часто приречена на невдачу.

Така ситуація є результатом прояву різних факторів: фінансових, технічних, організаційних, управлінських і маркетингових. Ці причини можна певною мірою нівелювати або послабити їх вплив на зниження ефективності інноваційної діяльності за допомогою розробленої процедури маркетингового тестування. Вона вирішує нагальну проблему щодо підвищення рівня ринкової адекватності нової продукції, є актуальною і представляє великий практичний інтерес.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Горкавий В.К. Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях / В.К. Горкавий, О.В. Іващенко // Економіка АПК. – 2008. – № 7 (165). – С. 105-111.
3. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
7. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.



АКВАКУЛЬТУРА І РИБНЕ ГОСПОДАРСТВО

Шаренко А.Д., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – д.е.н., професор Шабінський О.В.

У міру того, як населення продовжує зростати, найбільш важливими є засоби для харчування людей. Навіть у важкі економічні часи люди повинні їсти. Здорова дієта з високим вмістом білка необхідна для того, щоб зміцнювати імунітет і не піддаватися хворобам. Риба та інші водні організми є зразком здорових джерел білка.

Збір врожаю диких джерел риби, ракоподібних та інших водних видів не може йти в ногу з попитом, який виражається зростаючою кількістю населення. Спроба відповідати попиту через комерційні інтереси рибальства в кінцевому підсумку призвело б до надмірного рибальства і втрати цих видів повністю. Тому, хоча аквакультура необхідна для задоволення людського попиту, вона також знімає навантаження на дикі види, щоб дозволити їм залишатися значним джерелом.

Дослідження вчених свідчать, що часте вживає риби є важливим для здоров'я людини. Дуже важливим в здоровому харчуванні є Омега-3 - ненасичені жирні кислоти, які зазвичай зустрічаються у більшості риб. При виконанні численних досліджень вченим вдалося встановити, що ці жирні кислоти допомагають зменшити багато форм раку і сприяти здоровій тканині мозку.

Також було встановлено, що потрібно регулярно вживати рибу для зниження ризику серцевих захворювань шляхом зменшення ймовірності утворення згустку, зниження артеріального тиску і підвищення рівня ліпопротеїнів високої щільності в кровотоці.

Деякі дослідження також припускають, що включення риби в здорову дієту може спричинити позитивний вплив на розвиток хвороби Альцгеймера у літніх людей або рівень цукру в крові у діабетиків.

Риба і водні види в цілому є набагато більш здоровим джерелом білка в порівнянні зі звичайним споживанням домашньої худоби. Яловичина, свинина і курка також мають свої позитивні якості, але риба явно лідирує в плані корисності.

Вчені і працівники у всіх аспектах аграрного виробництва намагаються підвищити ефективність і результативність сільськогосподарських культур для задоволення продовольчих потреб постійно зростаючого населення. Аквакультура не є винятком і насправді грає важливу роль на цій арені. Рибне господарство зазвичай набагато більш ефективно, ніж, наприклад, виробництво м'яса великої рогатої худоби або свиней, а також більшості інших видів продукції сільського господарства. Ділянка, призначена для рибних ставків, буде виробляти більше продукції, ніж та ж земля, яка використовуються для вирощування великої рогатої худоби або свиней, а внесок при цьому потрібен значно менший.

До того ж необхідно відмітити, що в будь-якій галузі сільського господарства можуть бути свої недоліки. Будь то рибний ставок, який не має виходу до моря, або річка в кілька кілометрів, висока концентрація водних видів може змінювати або знищувати існуюче дике середовище проживання, збільшувати місцеві рівні забруднення або негативно впливати на генетичний склад місцевих видів.

Література.

1. Біологічне різноманіття України. Дніпропетровська область. Крутлороті (Cyclostomata). Риби (Pisces) / [В.Л. Булахов, Р.О. Новіцький, О.Є. Пахомов, О.О. Христов] – Д.: Вид-во Дніпропетр. ун-ту, 2008. – 304 с.
2. Зоріна М.О. Рекреаційне рибальство в Україні як фактор інтенсифікації «зеленого» туризму / М.О. Зоріна, Р.О. Новіцький // Биоразнообразие и роль животных в экосистемах: мат-лы VII Междунар. научн. конф. – Д.: Адверта, 2013. – С. 107–108.
3. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навчальний посібник / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор // – К.: Знання, 2015. – 334 с.
4. Кузьменко Ю.Г. Сучасний стан та деякі аспекти регулювання аматорського рибальства

як істотного чинника антропогенного впливу на іхтіофауну внутрішніх водойм України / Ю.Г. Кузьменко, Т.В. Спесивий // Рибогосподарська наука України. – 2016. – 3. – С. 23–29.

5. Новицкий Р.А. Использование количественных и качественных результатов рыболовных соревнований в научных целях / Р.А. Новицкий // Рыбное хозяйство Украины. – 2014. – № 1. – С. 35–37.



ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ УКРАЇНИ

**Шишко А.В., Корнієнко В.С., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка**

Науковий керівник - к.е.н., доцент Луценко О.А.

Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили (економічно активне населення) не зайнята у сфері економіки. Тобто у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї [1].

Безробіття є невід'ємною складовою ринкової економіки, одним із негативних наслідків самої природи ринку. Усі країни світу прикладають багато зусиль для подолання даного явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю. Тому безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства.

Загалом, феномен безробіття – найбільш гостра проблема, з якою стикається населення України. Причиною такого розповсюдженого явища є неефективність використання робочої сили у минулому і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за пристойну плату. Саме тому це явище являється як економічною, так і соціальною проблемою. Безробіття у нашій країні набуло масового характеру і складає реальну загрозу для державного та суспільного благополуччя [2].

Рівень безробіття визначають за методологією міжнародної організації праці (МОП) як співвідношення чисельності безробітних віком 15-70 років до економічно активного населення (робочої сили) означеного віку. Окрім того, згідно з методикою, в Україні визначають також рівень зареєстрованого безробіття як співвідношення чисельності безробітних, зареєстрованих у державній службі зайнятості, до середньорічної чисельності працездатного населення.

Відповідно до визначення Міжнародної організації праці (МОП) безробітними вважаються - особи у віці 15-70 років (зареєстровані та незареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно задовольняють трьома умовами:

- не мають роботи (прибуткового заняття);
- активно шукають роботу або намагаються організувати власну справу впродовж останніх 4-х тижнів, що передували опитуванню;
- готові приступити до роботи впродовж двох найближчих тижнів.

Для розрахунку показників безробіття збирають і аналізують дані на підставі щомісячних опитувань приблизно 50тис. випадково обраних сімейних господарств. Питання стосуються наступних проблем: чи мала та чи інша особа роботу на минулому тижні; чи намагалася вона знайти роботу; скільки часу уже витрачено на працевлаштування; які дії вживались з цією метою. Виходячи з відповідей на питання, до безробітного відносять осіб старше 16 років, що у розглянутий період відповідали вище зазначеним умовам [3].

Безробіття не може бути доцільним ні в економічному, ні в соціальному плані, оскільки його зростання створює цілий комплекс проблем: скорочується купівельна спроможність населення, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал. Зростає ризик соціального напруження та додаткові витрати на підтримку безробітних.

Значної шкоди Україні завдала світова фінансова криза 2008р. Найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво. В Україні кількість офіційно зареєстрованих безробітних у 2008р. становила всього – близько 876,2, у

2009р. – 542,8, у 2010р. – 564,0тис.безробітних, в 2013р.: всього – 501,4тис.осіб. Отже протягом 2008–2013рр. безробіття в Україні поступово зменшується. А у 2014р. спостерігається зростання рівня безробіття в усіх регіонах. Найнижчий його рівень спостерігався у м.Києві - 6,5%, а найвищий - Житомирській та Чернігівській областях по 10,9%. Серед безробітних, понад 40% становили особи віком від 15 до 29 років, кожен п'ятий безробітний – у віці від 40 до 49 років, кожен четвертий – від 30 до 39 років. Кількість безробітних, зареєстрованих в центрах зайнятості, в 2015р. становила 523,1тис.осіб.

Та у 2016р. кількість людей, що не працює, становила 490,8тис.осіб. Проте дані наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

На сьогоднішній день, за інформацією Державної служби статистики України, кількість зареєстрованих безробітних у вересні 2017р. становила 303,0тис.осіб (без урахування тимчасово окупованої території та частини зони проведення антитерористичної операції) [4].

Гострою на сьогодні є проблема високої частки безробітних з вищою освітою в Україні. Тому залишається відкритим питанням про раціональність державної політики щодо фінансування навчання значної кількості місць для різних спеціальностей у системі вищої освіти.

Останнім часом також постійно загострюється ситуація з зайнятістю молоді в Україні. Питома вага молоді у загальній кількості безробітних досягла 30%. Молодь становить окрему частину ринку праці, яка має особливий розвиток. З одного боку, вік сприяє високій мобільності, відкритості, сміливості у зміні та пошуку роботи. З іншого, молоді не вистачає належного досвіду, щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Також актуальною проблемою на ринку праці України, є проблема мобільності робочої сили. Трансформаційні економічні перетворення в Україні створили можливості для появи нових умов та видів мобільності робочої сили. Безпосередньою причиною трудових переміщень у кожному окремому випадку є невідповідність інтересів і вимог працівника конкретному робочому місцю, а на макроекономічному рівні невідповідність між наявним розподілом робочих місць і потребами моделі соціально-економічного розвитку [5].

Проблема безробіття на сьогоднішній день вимагає розробки та реалізації соціальних гарантій як від держави, так і від регіональних органів влади. Також вона потребує негайного вирішення і глибокого наукового аналізу та розробки на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно-активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня.

Основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні на наш погляд можуть бути такі:

- збільшення державного фінансування програм професійного навчання;
- надання податкових пільг для підприємств з високою часткою зайнятого населення;
- збільшення фінансування заходів щодо надання ефективної підтримки пошуку робочих місць безробітним;
- преміювання підприємств, які сплачували страхові внески протягом більше, ніж двох років, без звільнень робітників;
- надання податкових кредитів підприємствам за кожне нове створене робоче місце;
- відповідність держзамовлення на підготовку спеціалістів у відповідності із реальним станом попиту на робочу силу;
- стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- стимулювання підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили; залучення приватного (як вітчизняного, так і іноземного) капіталу в райони зі стійким рівнем безробіття;
- залучення молоді, так як саме вона володіє новітніми технологіями на сучасному рівні; має завжди цікаві ідеї, які зможуть підняти економіку на якісно новий рівень.

➤ заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес [6].

Тому, запровадження вище запропонованих заходів значно покращить ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме покращенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства.

Отже, для вирішення проблем безробіття треба докорінно змінювати політику зайнятості. Не можна сьогодні пасивно стримувати безробіття. Тільки цілеспрямоване активне підвищення рівня зайнятості населення на діючих і на нових створених ефективних робочих місцях допоможе вивести економіку з глухого кута, дати простір розвитку ринкових і соціальних перспектив.

Література.

1. Транченко Л.В. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства / Л.В. Транченко - К.: Знання. – 2012 – С.12-13.
2. Чурилова О.А. Безробіття в Україні: причини, наслідки / О.А. Чурилова - К. : Континент, 2010. – № 12. – с.182-184.
3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / О.А. Грішнова. — К.: Знання, 2011. — 390 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Мочерний С. В. Економічна теорія : навчальний посібник // С. В. Мочерний.— К. : ВЦ «Академія», 2009. — 340 с.
6. Майсіора О.М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О.М. Майсіора – К.: Знання. - 2010. - С.60-61.



СУТНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

***Яковлєва В.В., Онегіна О.С., Шевченко Ю.Ю., Харківський національний технічний
університет сільськогосподарства імені Петра Василенка***

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

Маркетинг інновацій, як один з компонентів маркетингової філософії ведення бізнесу, відіграє важливу роль у забезпеченні та підвищенні ефективності виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств. З точки зору теорії, маркетинг інновацій можна визначити як окремий вид діяльності, який спрямовано на пошук нових сфер, розробку та оновлення існуючих способів використання потенціалу підприємств, а також виробництво продукції та створення технологій їх просування на об'єктовому ринку з метою задоволення запитів та потреб споживачів більш ефективним способом, порівняно з основними конкурентами. Це, в свою чергу, має також забезпечити отримання та максимізацію прибутку й забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства на ринку за рахунок зазначених заходів.

В економічній літературі, на сьогоднішній день, існує велика кількість варіантів визначення сутності «маркетингу інновацій». Питання, що пов'язані із вивченням інноваційної діяльності підприємств, загалом, й маркетингом інновацій, зокрема, були проаналізовані в працях відомих вчених, таких як І. Ансофф, Г. Ассель, А.Г. Войчак, С.М. Ілляшенко, Ф. Котлер, М. Портер, І.А. Решетнікова, А.О. Старостіна, Н.І. Чухрай, Й. Шумпетер та багато ін.

Зазначеними авторами вже сформульована низка теоретичних і методологічних підходів, а також методичного інструментарію до «маркетингу інновацій», що спрямовані на розв'язання основних проблем просування інновацій на ринок, аналізу функціонування ринку для нових товарів, формування і стимулювання їх попиту тощо.

У науковій літературі використовується цілий ряд підходів до визначення економічної сутності поняття «маркетингу інновацій». Однак, деякі автори дуже часто підмінюють поняття «маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг». Зазначені терміни в більшості випадків ототожнюють з наступним:

- з поняттям маркетингових досліджень в процесі розробки нового продукту або оновлення існуючого;
- з використанням традиційних інструментів маркетингу для поширення інновацій;
- із застосуванням методів маркетингової діяльності при створенні інновацій;
- із діяльністю щодо покращення продукції та маркетингу;
- із маркетингом нових товарів;
- із діяльністю зі створення унікальних умов розподілу нової продукції;
- як складову частину провадження процесу планування й реалізації інновацій.

Різні автори відзначають, що «маркетинг інновацій» слід одночасно розглядати:

- як концепцію ринкової діяльності підприємства (філософію бізнесу), коли в змінах вбачають джерело доходу;
- як аналітичний процес, що передбачає виявлення ринкових можливостей інноваційного розвитку;
- як засіб активного впливу на споживачів та цільовий ринок у цілому, що пов'язаний з виведенням та просуванням інновацій на ринок;
- як функцію інноваційного менеджменту, спрямовану на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності, їх матеріалізацію і комерціалізацію.

При цьому можна одночасно розглядати інноваційний менеджмент як функцію маркетингу інновацій, спрямовану на втілення досягнень науки і техніки в нові товари, здатні задовольнити потреби й запити споживачів та забезпечити товаровиробнику (продавцю) прибуток; як засіб (ринковий інструментарій) орієнтації окремих суб'єктів господарювання, а разом з тим і національної економіки в цілому на інноваційний розвиток.

Під теоретичним змістом «інноваційного маркетингу» слід розуміти використання новітнього інструментарію для комплексу маркетингу, зокрема, пристосування нововведень науки для оновлення загальної теорії товарної й цінової політики, політики просування й розподілу товарів підприємства.

Отже, «маркетинг інновацій» необхідно розглядати як виокремлений напрям маркетингової діяльності підприємств, який, в свою чергу, потребує використання новітніх методів, інструментів й прийомів. Сутність поняття «маркетинг інновацій» може бути визначена як сукупність дій, методів та прийомів, систематична активність суб'єктів економічних відносин щодо розробки і просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів у більш ефективний, ніж у конкурентів, спосіб на основі оновлення та підвищення рівня складових потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів та засобів його використання з метою отримання прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Очевидно, що ринкове супроводження інновацій, зокрема, нових або оновлених товарів, послуг та технологій, потребує нетрадиційних дій, прийомів, методів, тобто інноваційного маркетингу як набору інструментів та напрямів їх використання.

Теоретичне й практичне обґрунтування існуючого інструментарію маркетингу інновацій має стати основним підґрунтям отримання ринкового успіху та підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємств на перспективу.

При цьому потрібно зауважити, що з практичного погляду конкретного інноватора – товаровиробника, маркетинг інновацій пов'язаний з орієнтацією виробництва і збуту інноваційної продукції на задоволення існуючих і, в більшості випадків, перспективних запитів споживачів, формування і стимулювання попиту на нові продукти. При цьому саме науково-дослідні розробки є втіленням досягнень науки і техніки в інноваційну продукцію, здатну задовольнити запити споживачів та принести прибуток їх розробнику і товаровиробнику.

З цього можна зробити висновки, що інноваційна діяльність передбачає проведення комплексу робіт, який складається з наступних:

- наукових, зокрема, маркетингових досліджень (в тому числі бізнес-аналізу, тобто розроблення й обґрунтування інноваційного проекту);
- розроблення і виготовлення інновацій;
- лабораторних і ринкових випробувань;
- просування інновацій на ринок.

При цьому роль маркетингу буде різною для різних варіантів інноваційного процесу – чи втягування інновації ринком, чи прощтовхування інновації на ринок.

Природно, постає проблема розроблення принципово нових підходів до підготовки, управління й організації виробництва, організації постачання і збуту вітчизняних товаровиробників, які базуються на всебічному маркетинговому багатофакторному аналізі кон'юнктури ринку, прогнозуванні напрямків і темпів її розвитку, в тому числі під дією факторів НТП, для використання результатів аналізу в практичній діяльності.

Метою такого аналізу є виявлення існуючих ринкових можливостей інноваційного розвитку, вибір оптимальних варіантів, з точки зору наявного потенціалу конкретного підприємства і зовнішніх умов, визначення цільових ділянок ринку (сегментів чи ніш) для реалізації обраних варіантів або ж формування нового цільового ринку.

Література.

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: [Підручник] / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», ноябрь 1995. - 702 с.
4. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств / О.В. Мандич // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Випуск 162. – Харків : ХНТУСГ, 2015. – С. 229-234.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
7. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 623 с.
8. Менеджмент та маркетинг інновацій: [монографія] / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 616 с.



З М І С Т

Балабатько Д.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	3
Біловол І.Є. ДО ПИТАННЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ БАЛАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР	5
Бобро І.І. АНАЛІЗ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ	7
Боримська Д.Д. СУТНІСТЬ ТА РОЗВИТОК (ДЕРЖАВНОГО) ФІНАНСОВОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ.....	9
Боримська Д.Д. ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ.....	11
Буженко Д.І., Стрелка Ю.Ю. МЕТОД УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ	13
Hryhorenko A.S., Vylusk A.O., Isaenko J.O. CONFLICTS AT THE SYSTEM OF HR.....	15
Vylusk A.O., Hryhorenko A.S., Isaenko J.O TECHNICAL SUPPORT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	17
Isaenko J.O., Hryhorenko A.S., Vylusk A.O EFFICIENCY OF THE USE OF LABOR RESOURCES	19
Гнатченко К.О., Котуза С.О., Толмачов М.М. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	20
Горошко О.С., Новікова К.К. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	23
Горошко О.С., Новікова К.К. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	25
Демчук О.П. НОВІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ОЗНАК КЛАСИФІКАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНИХ ВИТРАТ.....	26
Дем'яненко Є.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ.....	28
Дем'яненко Є.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.....	30
Довгопол Є.О., Каплуновський О.В., Абрамова В.С. ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	31
Дядькін О.С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ.....	35
Zaika O.V. POULTRY FARMING IS AN EFFECTIVE SPHERE OF AGRIBUSINESS	37
Zayats Yu. OPERATIVE MANAGEMENT OF PRODUCTION	39
Івасенко Л.В. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	41
Івасенко Л.В. ВРЕГУЛЮВАННЯ РИЗИКОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК УКРАЇНИ.....	42
Івасенко Л.В. СТИМУЛЯЦІЯ РИЗИКОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК В УКРАЇНІ.....	44
Казакова О.І., Онєгіна О.С., Думчиков О.В. ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКИ, ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	45
Кастерна І.С. ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ	47
Кастерна І.С. СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АГРОФОРМУВАНЬ.....	49

Колісник Ю.В. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	51
Конанихін І.Ю. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ.....	53
Коротов В.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	55
Кривоніс І.І., Онєгіна О.С., Ушкалова Є.М. МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	57
Кулікова М.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	59
Курган В.О., Романова Р.Р. МОТИВАЦІЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	61
Курган В.О. ІМІДЖ ТОП – МЕНЕДЖЕРА.....	63
Лаптева А.І. СКЛАДОВІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	65
Лимаренко А.В. ПОМИЛКОВЕ ПЕРЕРАХУВАННЯ КОШТІВ НА ПОТОЧНІ РАХУНКИ У БАНКУ	66
Лю Хаолинь РОЛЬ УПРАВЛЕННЯ МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТОВОГО РЫНКА	69
Ляшенко А.Р. ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	71
Малєєва М.С. СТРАТЕГІЯ, РОЗРОБКА ТА РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	75
Марченко А.О. ОСНОВИ ПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	77
Матяш Г.Є. ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА.....	80
Матяш Г.Є. ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА АУДИТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ.....	82
Мензяк К.О. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ	84
Morgun I.O., Oberemok V.V. ESSENCE STIMULATION OF LABOR AS AN ECONOMIC CATEGORY	86
Никоненко А.В. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ЯРОГО ЯЧМЕНЮ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ.....	90
Оберемок В.В., Пахуца О.П. РОЛЬ МЕЛІОРАЦІЇ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬГОСПЗЕМЕЛЬ.....	91
Оберемок В.В., Пахуца О.П. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФЕРМЕРСТВА В УКРАЇНІ	94
Оберемок В.В., Пахуца О.П. ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ВИБІР ОПЕРАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ	96
Онопрієнко К.С., Онєгіна О.С., Шевченко Ю.Ю. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ.....	98
Перебийнос С.Д. ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ЗЕРНОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ.....	101
Поваляєва Д.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	102
Povaliaieva D.V. STATISTICAL ANALYSIS OF CAPITAL INVESTMENTS INTO UKRAINE BY TYPES OF ECONOMIC ACTIVITY	104

Полтинкін В.В., Устименко А.В. ОРГАНІЗАЦІЯ СТАТИСТИКИ В УКРАЇНІ	106
Пронь О.Л. ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАГАЛЬНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	109
Романашенко І.О., Романашенко М.О. АНАЛІЗ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ...	111
Романашенко І.О., Романашенко М.О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ.....	114
Романашенко М.О., Романашенко І.О. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА ЕМІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИХ ЗЕМЛЯХ В КІНЦІ ХІХ СТОЛІТТЯ	116
Курган В.О., Романова Р.Р. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ.....	118
Романова Р.Р. РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	121
Савіних В.С. БУХГАЛТЕРСЬКА ЗВІТНІСТЬ В АНАЛІЗІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	122
Слюсарчук О.А. КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ	124
Солошенко О. Ю. АДМІНІСТРАТИВНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ, ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	126
Солошенко О.Ю. ПРОБЛЕМА ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ КОЛЕКТИВУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.....	127
Таран М.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА ВРХ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	129
Теницька В.А. ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ НА ОСНОВІ ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ	131
Тищенко Ю.О. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ.....	133
Третяк А.М. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	135
Federka S. MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF MILK PRODUCTION	137
Федоренко Л.В. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЗЕРНА	140
Федюкін І.О., Абрамова В.С., Онегіна О.С. ФАКТОРИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	142
Chala N.G. AUTOMATION IN THE ELECTRIC POWER INDUSTRY.....	145
Черниш Я.В. МЕТОДИ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	147
Чуйкова О.В., Абрамова В.С. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИРОБНИЧО- КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	149
Шаренко А.Д. АКВАКУЛЬТУРА І РИБНЕ ГОСПОДАРСТВО	152
Шишко А.В., Корнієнко В.С. ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ УКРАЇНИ.....	153
Яковлєва В.В., Онегіна О.С., Шевченко Ю.Ю. СУТНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ.....	155

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Вісник

студентського наукового товариства
навчально-наукового інституту бізнесу і
менеджменту Харківського національного
технічного університету сільського
господарства імені Петра Василенка

(Збірник наукових праць)

ВИПУСК № 2 /2017

Відповідальний за випуск В.М. Онегіна

Підписано до друку 30.11.2017 р.
Формат 60×84¹/₈. Папір офсетний.
Гарнітура Garamond. Офсетний друк.
Умовн. друк. арк. – 20,1. Наклад – 100 прим.

Видавництво ТОВ «Смугаста типографія»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.
61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А; Тел.: (057) 754-49-42;
E-mail: zebra-zakaz@mail.ru