

Полтавська державна аграрна академія

**ЕКОНОМІЧНИЙ, ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ТА
ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ І
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Колективна монографія

**За редакцією О. В. Калашник, Х. З. Махмудова,
І. О. Яснолоб**

Полтава – 2019

УДК 330
Е 45

Рецензенти:

Г. О. Бірта, д-р с.-г. наук, проф., завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В. В. Писаренко, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу Полтавської державної аграрної академії

В. П. Писаренко, д-р наук з держ. управл., проф., професор кафедри публічного управління та адміністрування Полтавської державної аграрної академії

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради Полтавської державної аграрної академії (протокол № 2 від 29.10.2019 р.)

Е 45 Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва : колективна монографія ; за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2019. 371 с.

ISBN 978-617-7669-49-3

У колективній монографії з позицій міждисциплінарного підходу викладено результати досліджень економічного, організаційного та правового механізму підтримки і розвитку підприємництва. Наведено особливості вітчизняного та зарубіжного досвіду розвитку підприємництва. Розглянуто організаційно-економічні та фінансові аспекти розвитку підприємництва. Визначено особливості сучасного правового регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Досліджено сучасні аспекти управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання. Означено особливості формування асортименту товарів як інструмент підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Розкрито деякі питання щодо якості та безпечності товарів як складової підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Розглянуто інноваційні технології розвитку у сфері економіки, підприємництва. Виявлені економічні, соціальні та правові аспекти розвитку сільських територій. Наведені проблеми розвитку бізнес-освіти та управління знаннями.

Колективна монографія є частиною науково-дослідних тем Полтавської державної аграрної академії «Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва» (номер державної реєстрації 0117U003103 від 22.02.2017 р.) та «Концепція розвитку енергоефективних і енергонезалежних сільських територій задля зміцнення конкурентоспроможності національної економіки» (номер державної реєстрації 0119U100028 від 10.01.2019 р.).

Розраховано на науковців, викладачів, керівників і спеціалістів органів державного управління, фахівців агроформувань, аспірантів, студентів і всіх, хто цікавиться питаннями використання альтернативних джерел енергії в умовах сільських територій.

УДК 330

Автори вміщених матеріалів висловлюють власну думку, яка не завжди збігається з позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.

ISBN 978-617-7669-49-3

© Колектив авторів, 2019.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	7
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	9
1.1. Досвід брендингу компанії Ford (<i>Дем'яненко Н. В., Світлична А. В., Самойлик Ю. В.</i>)	9
1.2. Implementation of foreign experience of transnationalization in the context of globalization (<i>Korneva N.</i>)	16
1.3. Підтримка та розвиток інтернаціоналізації МСП як ефективний механізм реалізації експортного потенціалу підприємств малого та середнього бізнесу (<i>Лісіца В. В.</i>)	20
1.4. Сутнісні характеристики та методи витрат в системі менеджменту аграрних підприємств для цілей обліку (<i>Пилипенко К. А.</i>)	29
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	39
2.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва: організаційно-обліковий аспект (<i>Дорогань-Писаренко Л. О., Романченко Ю. О.</i>)	39
2.2. Технологічна реструктуризація підприємства агропродовольчого сектору як умова підвищення його конкурентоспроможності (<i>Дячков Д. В., Вовк М. О.</i>)	47
2.3. Організаційно-економічний потенціал підвищення конкурентоспроможності підприємств (<i>Загребельна І. Л., Тандур К. М., Риндіна Ю. В.</i>)	54
2.4. Електронна торгівля: організаційні та облікові аспекти (<i>Лега О. В., Прийдак Т. Б., Яловега Л. В.</i>)	61
2.5. Інституціональні механізми управління трансакційними витратами в агропродовольчій сфері (<i>Плаксієнко В. Я., Черненко К. В., Ліпський Р. В.</i>)	71
2.6. Тенденції і перспективи розвитку підприємництва в Україні (<i>Устік Т. В., Махмудов Е. Х., Ланишуга Є. В.</i>)	79
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	86
3.1. Вплив цінової та збутової політики на конкурентоспроможність підприємства в контексті законодавства ЄС (<i>Калюжна Ю. П., Даниленко В. І., Боровик Т. В., Писаренко С. В.</i>)	86

3.2. Адміністративно-правові аспекти здійснення державного контролю (нагляду) у сфері господарської діяльності (<i>Кальян О. С., Козаченко Ю. А.</i>)	93
3.3. Реєстраційні процедури як інструмент управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання (<i>Луній Є. А., Нестеренко Н. М.</i>)	101
3.4. Формування правової компетентності майбутніх підприємців (<i>Осташова В. О.</i>)	108
3.5. Переоцінка основних засобів: облікові аспекти та вплив на показники фінансової звітності підприємства (<i>Прийдак Т. Б., Мокієнко Т. В., Нездойминога О. Є.</i>)	114

РОЗДІЛ 4. СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

4.1. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління персоналом готельної індустрії (<i>Архіпова С. П., Польова Л. В.</i>)	126
4.2. Перспективи використання рослинної сировини та купажованих жирів в технології м'ясопродуктів (<i>Будник Н. В., Кайнаш А. П., Бобошко С. О., Сахарова О. І.</i>)	132
4.3. Вибір методичного підходу і методу оцінки вартості сільськогосподарського бізнесу для інвестування (<i>Махмудов Х. З., Сівіцька Ю. О., Махмудова І. В.</i>)	137
4.4. Управління розвитком підприємництва у митній сфері (<i>Мороз С. Е., Калашник О. В., Лисак Д. Г.</i>)	146
4.5. Управління центрами витрат як інструмент ефективної підприємницької діяльності (<i>Олійник А. С., Терещенко І. О., Дмитренко О. Ю., Пушміна О. В.</i>)	152
4.6. Теоретико-методологічні засади соціально-психологічного аналізу управління підприємствами агропромислового комплексу (<i>Подлесна Г. В., Ільченко А. М.</i>)	159
4.7. Організаційна культура як фактор формування ефективної діяльності підприємницьких структур (<i>Сазонова Т. О., Шульженко І. В.</i>)	166
4.8. Технологічні аспекти підвищення ефективності садівництва в Україні (<i>Хмельницька Є. В.</i>)	172
4.9. Ризики в суспільстві (соціально-філософський аспект) (<i>Шейко С. В., Колодій О. С., Кальян С. Є.</i>)	179

РОЗДІЛ 5. ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	187
5.1. Бізнес-процес «Управління асортиментом»: теоретичні основи (<i>Гордієнко С., Мороз С. Е.</i>)	187
5.2. Використання маркетингу для просування органічної продукції на споживчі ринки (<i>Лозинська Т. М., Вінюкова О. Б.</i>)	194
5.3. Оцінка та аналіз ринку молока в Україні (<i>Махмудова І. В., Михайлова О. С.</i>)	201
5.4. Актуальні аспекти формування асортименту пива (<i>Назаренко В. О., Горячова О. О., Офіленко Н. О., Котова З. Я.</i>)	208
5.5. Створення медичних перев'язувальних засобів пролонгованої дії (<i>Щуцька Г. В., Супрун Н. П.</i>)	215
РОЗДІЛ 6. ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ТОВАРІВ ЯК СКЛADOVA ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	223
6.1. Вплив екологічних факторів на пшеницю яру тверду (<i>Бараболя О. В., Жемела Г. П.</i>)	223
6.2. Технічне регулювання мийних засобів в Україні: стан та проблеми (<i>Басова Ю. О., Губа Л. М., Кобищан Г. Д.</i>)	228
6.3. Безпечність харчових добавок та їх вплив на здоров'я людини (<i>Бірта Г. О., Бургу Ю. Г., Флока Л. В.</i>)	237
6.4. Вивчення доцільності використання рослинної сировини в технології м'ясних напівфабрикатів (<i>Будник Н. В., Кайнаш А. П., Ткаченко К. О., Поліковська Ю. О.</i>)	244
6.5. Використання нетрадиційної рослинної сировини у технології борошняних виробів як складова підприємницької діяльності закладів ресторанного господарства (<i>Горобець О. М., Бородай А. Б.</i>)	249
6.6. Екоефективність текстильного виробництва (<i>Кириченко О. В., Пелик Л. В.</i>)	259
6.7. Нові вимоги до систем управління безпечністю харчових продуктів згідно з ISO 22000:2018 (<i>Лисенко О. М.</i>)	265
6.8. Перспективи покращення експортних можливостей підприємств олійно-жирової галузі (<i>Ремізова Ю. О.</i>)	272
6.9. Технологічні основи виробництва органічної продукції свинарства (<i>Усенко С. О., Мазанько М. О., Шостя А. М., Усенко О. О., Слинько В. Г., Чухліб Є. В., Березницький В. І.</i>)	278
6.10. Дослідження якості штучної ікри (<i>Юдічева О. П., Ремізова Н. Л., Корсун А. В.</i>)	285

РОЗДІЛ 7. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА	296
7.1. Проблеми та перспективи впровадження агроінновацій у практику господарювання суб'єктів підприємницької діяльності (<i>Воронько-Невіднича Т. В., Кошулько А. В., Шевченко О. С.</i>)	296
7.2. Основні засади впровадження енергозберігаючих технологій в рослинництві (<i>Калініченко О. В.</i>)	302
7.3. Цифрове сільське господарство: зарубіжний досвід та особливості впровадження й використання в Україні (<i>Шерстюк Л. М., Нездойминога О. Є.</i>)	309
РОЗДІЛ 8. ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	318
8.1. Економічні аспекти розвитку аграрних підприємств України (<i>Дядик Т. В., Волошина Є. О., Іванов М. В.</i>)	318
8.2. Управління земельними ресурсами в контексті сталого розвитку сільських територій та продовольчої безпеки (<i>Зось-Кіор М. В., Ільїн В. Ю., Марков Р. В.</i>)	325
8.3. Економічні аспекти розвитку Полтавської області в умовах проведення децентралізації (<i>Нездойминога О. Є., Красота О. Г., Ходаківська Л. О.</i>)	333
8.4. Особливості оцінки енергетичного потенціалу сільських територій (<i>Яснолоб І. О., Чайка Т. О., Зоря О. П.</i>)	341
РОЗДІЛ 9. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОСВІТИ ТА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ	349
9.1. Дослідницька компетентність – інтегрально значуща якість майбутнього підприємця (<i>Діденко Є. П.</i>)	349
9.2. Формування дослідницької компетентності майбутніх підприємців як передумова підвищення якості освіти (<i>Шиян Н. І., Діденко Є. П.</i>)	356
9.3. Аналіз ринку соків і сокової продукції України (<i>Дрозд А. С., Мороз С. Е.</i>)	363

ПЕРЕДМОВА

Сьогодні підприємництво, як провідний сектор ринкової економіки країни, відіграє найважливішу роль в досягненні економічного успіху держави, підвищення темпів зростання валового внутрішнього продукту та рівня життя населення. Воно базується на самостійній, ініціативній, систематичній, на власний ризик, діяльності, будучи основою інноваційного і продуктивного характеру економіки.

Підприємництво створює передумови та забезпечує освоєння нових перспективних виробництв, сприяє інтелектуальному розвитку суспільства, створення ефективного конкурентного середовища, зміцнення регіональних економік і розвитку сільських територій. Крім того, підприємницька діяльність створює механізми досягнення стійкого розвитку економіки країни з урахуванням екологічних, економічних і соціальних компонентів.

Таким чином, мале підприємництво – це істотна складова ринкового господарства, невід’ємний елемент конкурентного механізму. Мале підприємництво дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові та виробничі ресурси населення, несе в собі могутній антимонопольний потенціал, слугує серйозним фактором структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу, вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства. Ось чому становлення та розвиток підприємництва являє собою стратегічну задачу реформаційної економічної політики.

В той же час, становлення та розвиток підприємництва відбувається в контексті конкретних суспільно-економічних умов та під впливом складної системи внутрішніх і зовнішніх чинників, які, з одного боку, стимулюють процеси розвитку, а з іншого, – стримують їх. Недосконалість організаційно-економічного механізму розвитку підприємництва призводить до неефективного управління ресурсами, що в умовах інтеграції економіки, стають особливо чутливими до якості та характеру управлінських рішень. Отже, набувають актуальності наукові дослідження щодо економічного, організаційного та правового механізму підтримки і розвитку підприємництва в Україні в сучасних умовах господарювання.

Колективна монографія містить й узагальнює результати дослідження авторів з різних наукових установ, закладів вищої освіти України, науково-дослідних установ, що відображають сучасні досягнення вітчизняної науки в дослідженні порушеної проблеми. Звичайно, що однією з особливостей цієї праці є багатоманіття поглядів, які об’єднує в єдине ціле спільна ідея – економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва в сучасних умовах господарювання. Автори розміщених у колективній монографії

матеріалів висловлюють власну думку, яка не завжди збігається з науковою позицією редакції. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.

Колективна монографія містить дев'ять розділів. У першому розділі наведені особливості вітчизняного та зарубіжного досвіду розвитку підприємництва; у другому розділі висвітлено організаційно-економічні та фінансові аспекти розвитку підприємництва; третій розділ розкриває особливості сучасного правового регулювання діяльності суб'єктів господарювання; четвертий розділ досліджує сучасні аспекти управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання; п'ятий розділ присвячено формуванню асортименту товарів як інструменту підприємницької діяльності суб'єктів господарювання; у шостому розділі розкрито деякі питання якості та безпечності товарів як складової підприємницької діяльності суб'єктів господарювання; сьомий розділ містить дослідження щодо інноваційних технологій розвитку у сфері економіки, підприємництва; у восьмому розділі наведено економічні, соціальні та правові аспекти розвитку сільських територій; заключний, дев'ятий, розділ присвячено проблемам розвитку бізнес-освіти та управління знаннями.

Ми переконані, що саме спільні зусилля учених різних наукових поглядів можуть сприяти покращенню економічного, організаційного та правового механізму підтримки підприємництва задля його розвитку. Впевнені, що подальша творча співпраця між дослідниками буде сприяти продукуванню перспективних концептуальних підходів до вирішення наукової проблеми та розвитку економічного, організаційного та правового механізму підтримки підприємництва в Україні у сучасних умовах господарювання.

Дана колективна монографія, з огляду на глибинність і різнобічність проблем підтримки і розвитку підприємництва, не в змозі дати вичерпну відповідь на усі поставлені в ній питання, не кажучи вже про ті аспекти, які з певних міркувань не знайшли у цьому дослідженні відображення. Проте сподіваємося, що здійснені у монографії напрацювання теоретичного, методичного, аналітичного та практичного характеру будуть корисними для науковців, викладачів, керівників і спеціалістів, що працюють у цих напрямках, керівників і спеціалістів, органів державного управління, фахівців різних галузей, аспірантів, студентів і всіх, хто цікавиться питаннями щодо підтримки і розвитку підприємництва.

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Досвід брендингу компанії Ford

*Дем'яненко Н. В., канд. екон. наук, доцент
Світлична А. В., канд. екон. наук, доцент
Самойлик Ю. В., д-р екон. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Брендинг у сучасному суспільстві – це більше ніж просто створення імені, логотипу підприємства чи продукту. Завдяки вдалому розробленню та реалізації брендингових стратегій нині брендами можуть стати не тільки продукти споживчого ринку, а й корпорації, юридичні компанії, міста, країни, університети, лікарні, музеї, ресторани та навіть окремі особистості. Не викликає жодних здивувань готовність споживачів до придбання в першу чергу відомих і якісних так званих брендових речей або користування послугами брендових компаній. Вони здатні підвищити рейтинг компанії, з одного боку, і статус споживача в суспільстві – з іншого. Розуміючи необхідність і ефективність створення та позиціонування товарного чи корпоративного бренду, зростає кількість вітчизняних бренд-консалтингових агентств – спеціалізованих компаній щодо розроблення інноваційних стратегій і моделей брендингу [1].

Бренд є нематеріальним активом ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт», який в умовах економічної кризи може не тільки допомогти зберегти свою ринкову нішу, а й за умов ефективного стратегічного управління збільшити її. Бренд – це стійка стратегічна конкурентна перевага дилерської компанії. Найстаріший виробник автомобілів в світі – компанія Ford, яка бере свій початок з XI ст. Вона є четвертим у світі виробником автомобілів за обсягом випуску за весь період існування; у 2018 р. є третім на ринку США і другим у Європі. Компанія була заснована в 1903 р. Генрі Фордом. Він створив її, отримавши на розвиток свого бізнесу від інвесторів 28000 дол. США. Компанія Ford здобула популярність у світі завдяки тому, що першою застосувала класичний автоскладальний конвеєр.

Основні архітектурні елементи бренду Ford включають:

- 1) атрибути успішного бренду:
 - відомість назви бренду;
 - прихильність покупців до товару-бренду;

¹ Січко С. М. Бренд як інструмент сучасного бізнесу. *Економічний вісник НГУ*. 2008. № 1–2. С. 125–132.

цінності та якість бренду, їх сприйняття покупцем;
асоціативні ряди (створення доброзичливого ставлення покупця бренду, причини для здійснення купівлі);

2) умови успішного будівництва бренду: здатність підприємства підтримувати якість товару та стабільність його product-mix'у; маркетингова комунікативна підтримка, яка потребує значних коштів на рекламу, що має бути спрямована на конкретного цільового споживача (користувача) та враховувати його специфічні мотивації, а також професійне розроблення усіх складових маркетингу (товар, ціна, комунікації та розподіл) з використанням методів SWOT-аналізу; перетворення «4Р» продавця на «4С» покупця, складовими яких є: потреби споживача, витрати споживача, вигоди споживача та наявність ефективних комунікацій між споживачем і товаром виробника та його торговими посередниками;

3) проведення кваліфікованих досліджень: маркетингових з виявлення споживацької незадоволеності (бренди конкурентів, рівень прихильності до них споживачів, сегмент неспоживачів і тих, хто купує цей бренд час від часу: склад і причини поведінки); «унікальної» споживацької незадоволеності (незадоволеність функціональна, емоційна та соціальна; соціально-демографічний «портрет» незадоволеного споживача; чинники впливу на незадоволеного споживача.

З метою отримання стійкої довгострокової переваги бренд не формується довільно, а основними характеристиками брендингу як процесу управління брендом є цілеспрямованість та координація. Для досягнення поставленої мети процес брендингу Ford включав в себе такі етапи:

підготовка;
формування стратегії та ідеї бренду;
створення ідентичності, креатив та дизайн;
впровадження.

Етап підготовки передбачав координацію та систематизацію бачень компанії майбутнього бренду, вектора його розвитку та ринкового середовища. Насамперед в компанії спеціалісти оцінили об'єкт, який зміг принести їй найбільше прибутку у довгостроковому періоді. Для цього, поряд із традиційними методами сегментування ринку, стежили за новими тенденціями, що впливають на формування потреб і смаків потенційного споживача [2]. Врахувавши тенденції, що зароджуються, можна прогнозувати майбутню поведінку споживача та створювати новий бренд, що б відповідав баченням ринку у майбутніх періодах.

На етапі формування стратегії та ідеї бренду відбувалося узгодження ідеології, а саме – архітектури, платформи та позиціонування. На цьому етапі було важливо дати відповідь на такі запитання:

² Вознюк О. Шляхи удосконалення брендингових стратегій в сучасних умовах. Науковий блог НАУ «Острозька академія». URL : <http://naub.org.ua> (дата звернення 15.05.2019 р.).

Як позиціонують себе найближчі конкуренти?

Як компанія позиціонувала себе та свою продукцію у минулому?

Які зміни чекають компанію на ринку у довгостроковій перспективі (від 10 і більше років) і як ці зміни можуть вплинути на наповнення дистрибуційного портфеля бренду?

Створення ідентичності передбачало затвердження назви бренду, логотипу чи фірмового знаку та слогана. Логотип – це графічний та текстовий символ, який представляє конкретний суб'єкт. Він має пряме відношення до словесного знаку, але одночасно може бути наділений усіма ознаками – зображувальним³ та комбінованим³. Комбіновані фірмові знаки вміщують у себе знаки зображувального й словесного виду. Композиція таких знаків є поєднанням рисунку та слова [3]. Логотип бренду Ford наведено на рис. 1.



Рис. 1. Логотип бренду Ford

Американський концерн Ford у 2012 р. представив світу свій новий рекламний слоган, який замінив європейський і американський. На всіх промо-матеріалах компанії звучить «Go Further», що в буквальному перекладі означає «Іди далі» або «Іди вперед». За твердженням представників Ford, слоган повинен не тільки залучити покупців, але і мотивувати працівників створювати інноваційні автомобілі.

Найстаріший виробник автомобілів в світі – Ford, був одним з піонерів у використанні слоганів для авто:

«Ford. Надійний. Створено для життя» – коротко і зрозуміло.

«У Ford є краща ідея» – дійсно, американці є новаторами і постійно вносять щось нове в автомобілі.

Взагалі у Форда виходить чудово описувати переваги конкретної моделі парою слів:

«Форд Фьюжн. Для тих, хто не стоїть на місці» – жвавий маневрений авто, націлений на молодь. І ще один – «Звикай дивитися на світ звисока», підкреслюється висока посадка нового покоління авто.

«Форд Фокус С-мах. Бажати більшого» – тут йде порівняння зі звичайним фокусом, перевага С-мах в його розмірах. «Ford S-мах. У році всього 136 вихідних – проведіть їх з Форд S-мах» – відразу зрозуміло для яких цілей авто чудово підійде – виїзди на пікнік з

³ Гевко О. Етапи розроблення стратегії брендингу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 1 (30). С. 185–197.

друзями і купую речей.

Побудова корпоративної ідеології бренду: забезпечує об'єднання співробітників довкола єдиної цілі; дає змогу виявити і сформулювати місію, цілі і цінності компанії; грамотно побудувати систему нематеріального стимулювання для створення бренду і збільшення його цінності для споживачів [4].

Місія Ford Motor: «Ми – глобальна родина й пишаємося своєю спадщиною, надаючи персональну свободу пересування людям по усьому світу». Ford заробив собі відмінну репутацію, особливістю якої є набір характерних понять, що сприймаються як риси близької людини: вірний, надійний, витривалий, працелюбний, терплячий. Небагато брендів можуть похвалитися такими епітетами. Саме тому основною метою ТОВ «ДК «Полтава-Австосвіт» як офіційного представника є задоволення попиту кожного відвідувача та надання можливості придбання авто будь-якого класу – від бюджетного до преміум.

Запорукою успіху Winner Imports Ukraine, Ltd. та ТОВ «ДК «Полтава-Австосвіт», які є прикладом чесного, прозорого і соціально відповідального бізнесу в Україні, є п'ять основних цінностей, які поділяє кожен співробітник компанії:

1. Порядність. ТОВ «ДК «Полтава-Австосвіт» будує свій бізнес на принципах чесності, прозорості, взаємоповаги у ставленні до партнерів, клієнтів та власних працівників.

2. Постійне вдосконалення. Це готовність до змін, відкритість новому та вміння впроваджувати інновації.

3. Професійність. Брати відповідальність на себе, ретельно підходити до справи і вміти прийняти складне мільйонне рішення лише за 24 години.

4. Люди. Основний актив компанії ТОВ «ДК «Полтава-Австосвіт» – це люди, адже будь-який бізнес робиться з людьми і для людей.

5. Перемога. Це слово закладено у назві компанії Winner Imports Ukraine, Ltd., яка є офіційним постачальником автомобілів і в перекладі з англійської означає «переможець».

На наступному етапі розроблялася так звана книжка бренду (Brand book), в якій описані методи та форми передачі інформації про бренд контактним аудиторіям. Під час виходу бренду на ринок реалізувалася програма впровадження, яка включала інформаційну підтримку, тренінги для персоналу та детальний план комунікацій із контактними аудиторіями [5].

Після впровадження бренду процес брендингу не завершується, і необхідним та обов'язковим є етап контролю. Для забезпечення

⁴ «Движение вперед» : нестандартные маркетинговые ходы Ford последних лет. URL : <https://vc.ru/marketing/19571-ford-ad> (дата звернення 20.09.2018 р.).

⁵ Кобилінський А. Ю. Автосалони та автоцентри як об'єкти дослідження та проектування. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2009. Випуск 22. С. 326–330.

максимальної ефективності і динамічного позитивного розвитку бренду необхідно здійснювати періодичний контроль, що дасть змогу виявити конкурентне становище бренду та вжити певних заходів задля його корегування у необхідному для компанії напрямі.

Перед тим, як назва машин перетворилася на повноцінний бренд, вона повинна пройшла шлях з 5-ти етапів:

- перший етап – реєстрація торгової марки;
- другий – впізнаваність;
- третій – виникнення асоціативних зв'язків;
- четвертий – надання споживачами переваги;
- п'ятий – цінова винагорода.

Будівлі, зонування та дизайн автоцентрів відіграють одну з головних ролей у формуванні бренду, втілюючи конкурентні переваги автовиробників.

Сучасний та просторий дилерський центр Ford, компанії ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт», загальною площею 750 м², розташований за адресою м. Полтава, вул. Європейська, 148.

Фасад та внутрішнє оздоблення приміщення дилерського центру ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт» виконано згідно політики та стандартів бренду Ford (рис. 2). Автомобілі бездоганно чисті, величезні вікна приміщення сприяють гарному освітленню.



Рис. 2. Оздоблення фасаду приміщення ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт», 2018 р.

Обов'язковою для автосалону є наявність демонстраційного залу (шоу-рум), який проектувався за принципом «Open space» і є іміджевою частиною компанії Ford. На території салону працює приймальня сервісу з відділом продажу оригінальних аксесуарів, дитяча кімната, конференц-зал, і кафе, де можна комфортно відпочити, чекаючи на своє авто [6].

⁶ Міжнародна консалтингова агенція «Brandflight». URL : <http://www.brandflight.com.ru/branding> (дата звернення: 15.06.2019).

В шоу-румі салону вільно розміщуються 7 автомобілів з модельного ряду Ford. Автосалон дотримується наступних загальноприйнятих вимог: розташування на основній вулиці м. Полтава вул. Європейська; наявність фасадної частини (вітрини); добра та доступна транспортна розв'язка; зручні парковочні місця для клієнтів.

Основними послугами Компанії є: продаж нових автомобілів із складу, а також здійснення індивідуального замовлення на виробництво; кредитування і страхування автомобіля в кращих страхових компаніях; допомога в реєстрації автомобіля; установка новітніх систем для захисту автомобіля від викрадення; тонування, ремонт і заміна автомобільних стекол з власним складом автоскла; установка додаткового устаткування – ксенон, парктроники, автозвук; шумоізоляція і бронювання автомобіля захисними плівками; повне сервісне, технічне і гарантійне обслуговування автомобілів; мультибрендовий склад запасних частин з можливістю індивідуального замовлення і надання оперативного постачання.

Вартість легкових автомобілів марки наведено в табл. 1.

Вартість легкових автомобілів в 2018 р. варіювала від 337 тис. грн до 1193,8 тис. грн і вище. Бестселер марки продажу у Ford є Focus.

Передбачений розподіл автомобілів за класами А, В, С, Д, Е, які враховують розміри машин, а також тип кузова і форму приводу. Так, до класу «А» зараховано суперміні-машини (завдовжки близько 3,6 м), призначенні для умов міських «пробок» і вирішення проблем паркування, з потужністю двигуна до 1,0 л. Типовий представник класу: Ford Ka. Клас «В» представляють малогабаритні машини завдовжки близько 3,9 м з об'ємом двигуна 1,2 і 1,4 л: Ford Fiesta. Клас «С» є найпопулярнішим у споживачів Європи класом автомобілів; він відомий також як «гольф-клас». Автомобілі цього класу поєднують в собі оптимальне співвідношення компактності, місткості та динамічних характеристик автомобіля. Об'єм двигуна – від 1,4 до 1,8 л; довжина – 4,0–4,5 м: Ford Focus. Клас «Д» називають «родинними» автомобілями. Просторий салон дає змогу з комфортом перевозити до п'яти осіб, машини мають об'ємний багажник, довжина – 4,5–4,7 м. Типовий представник класу: Ford Mondeo.

Дослідження українського ринку легкових автомобілів, який динамічно розвивався у 2014 р., показало, що вплив економічної кризи призвів до падіння обсягів реалізації товарів у 2018 р. на 0,6 %. Бренд надає спеціальні пропозиції на обмежену кількість автомобілів. Зокрема, MUSTANG, FOCUS RS, TRANSIT 2 Т. На сайті Ford є можливість завантажити інструкції з експлуатації автомобілів Ford в електронному форматі для поточного та попереднього модельного ряду [7].

⁷ Основні етапи побудови бренд-стратегії. URL : <http://open.kmbs.ua/etapi-pobudovi-brend-strategiji> (дата звернення 15.12.2018).

1. Ідеологія автомобілів бренду Ford, що продаються в ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт»

Назва автомобіля	Позиціонування бренду
Легкові автомобілі	
Новий KA+	Компактний зовні. Зручний всередині
Нова Fiesta	Автомобіль оновленого покоління отримав новий вигляд і можливості. Продуманий дизайн
Нова Fiesta ST	Подвійний трепет емоцій. Абсолютно новий автомобіль
Новий Ecosport	Функціональний, економічний, з інтелектуальними технологіями. Має стиль, вишуканість і всі переваги кросовера
Новий Focus	Встановлює абсолютно нові стандарти дизайну та інновацій
Новий Focus RS	Щоб увійти до престижної серії RS авто пройшло тестування палючою спекою Аризони, крижаними пастками Арктики та найбільш вимогливими тестовими трасами світу
Kuga	Оснащений неймовірними технологіями та передовими засобами безпеки, створений бути не тільки економічним, але й приємним у спілкуванні
Новий Edge	Еталон сучасного стилю
Mondeo	Автомобіль з люксовим інтер'єром та розумними технологіями
Mondeo Hybrid	Має переваги гібридних технологій
Mustang	Легенда в Україні
Ranger	Традиційно, крутий та потужний, розумний ніж будь-коли
Комерційні автомобілі	
Новий Tourneo Connect	Авто демонструє багатофункціональність та рівень безпеки для вирішення повсякденних завдань
Новий Transit Connect	Покликаний зробити життя простішим
Новий Transit Custom	Ще більше інноваційних функцій та «розумних» технологій
Новий Tourneo Custom	Незрівнянний комфорт, продуманий дизайн, продуманий
Новий Transit 2T	Найбільший фургон у лінійці комерційних авто Ford
Новий Transit	Новий інтелект і сила
Новий Ranger	Кращий ніж будь-коли

Джерело: дані [1].

EcoBoost 1,0 л вважається найкращою розробкою компанії Ford в створенні сучасних, потужних, екологічних і при цьому економічних двигунів. Саме завдяки цьому компанія і вирвалася вперед серед інших автомобільних гігантів зі своїми новаторськими і технологічними новинками. Більшість експертів корпорації підтверджують всю неймовірність роботи цього винаходу. Звичайно, він вважається одним із найбільш вагомих в компанії завдяки малим габаритам та надзвичайно малим викидам вуглекислого газу, а також високій потужності – саме ці фактори інженери компанії приймали до уваги, як одні із найвагоміших для створення ідеального двигуна. І, як показують результати тест-драйвів, їм це вдалося. Важливість такого відкриття виводить сучасне

автомобілебудування на якісно новий рівень. Двигун EcoBoost 1,0 л здобув масу нагород, його встановлюють на різні види автомобілів – від легкових до болідів Формули 1 [8].

Отже, високий рівень конкуренції вимагає від виробників ефективного застосування маркетингового інструментарію. Компанія «Ford» використовує поєднання стратегій індивідуальної та колективної марки.

1.2. Implementation of foreign experience of transnationalization in the context of globalization

*Korneva N., PhD of Economics, Associate Professor
V.A. Sukhomlynskyi Mykolaiv National University*

Strengthening the role of multinational corporations in the global economy is global. The liberalization of the economy, which occurs in almost all countries, creates favorable conditions for the development of transnational corporations. The activities of TNCs lead to an intensification of the process of specialization and cooperation between enterprises from different countries, the interconnection and interdependence of national economies. The interest in the phenomenon of globalization on the part of scientists who work in almost all branches of science, politicians, public figures, businessmen and crossed citizens confirms the relevance of the study.

Studies on the issue of integration and cooperation between Ukraine and the EU have been reflected in the works and monographs of such authors as I. Berezhnyuk, S. Borotnichek, A. S. Galchinsky, O. A. Kornievsky, V. Opryshko, N. Pirets, P. Pashko, V. Poselsky, M. Tonev, E. D. Kholstinina, A. Dugina, S. Brzezinskiy, A. Lyndyayev, S. Huntington. The purpose of the article is to investigate the state of modern integration processes in view of changes in the political and economic situation in the country and the implementation of concrete actions on the way to European integration.

Analyze the current state of transnationalization of the world economy in the context of globalization of business.

At the present stage, the development of the world economy, as a set of national economies that are in close interaction and interdependence, is characterized by the following features:

- liberalization of foreign economic relations of the countries;
- the contradiction of integration and globalization;
- the trend towards unification and standardization in various fields of international social and economic life;

⁸ Офіційний сайт ТОВ «ДК «Полтава-Автосвіт». URL : <http://ford.pl.ua/poslugi> (дата звернення: 20.11.2018).

- development of the process of transnationalization of production, which largely determines the direction of the international movement of factors of production, international trade; affects the economy and policies of individual countries;

- global institutionalization of the economy;

- further development of the process of globalization of spheres of economic life, etc.

The process of internationalization of economic life that is characteristic of the transitional stage of development of the world economy – from the industrial to the post-industrial (informational) stage, is defined as an objective process of convergence of national economies, which manifests itself in the growth of the production interdependence of economic actors from different countries, international trade in goods, the movement of capital and labor. Consequently, the internationalization of economic life implies an increase in the international mobility of finished products and factors of production.

Before turning to the analysis of the transnationalization of the world economy, it is necessary to determine what is internationalization and globalization.

Often the concepts of internationalization and globalization are used as synonyms. Nevertheless, it is different processes. Internationalization is a consequence of the industrial revolution, which formed the basis of technogenic civilization. While globalization is defined as a product of the information and communication revolution. The latter, creating the preconditions and incentives for the development of the intra-industry international division of labor and the latest technologies for managing cross-border commodity and financial flows in real time, has led to the creation of powerful transnational corporations, contributed to the separation of financial capital from the real economy and the transformation of its independent, virtually uncontrolled state and international institutes, force [9, p. 8].

International business is a set of business operations related to the crossing of national borders and the movement of goods, services, capitals, employees; technology transfer, information and data, as well as management executives [10, p. 3]. Internationalization of business is a combination of efforts of national and international companies of different countries in the implementation of various business operations. With the development of processes of internationalization of the form of international business vary from simple (international trade) to complex (international corporations with foreign direct investment).

International business is global in nature, which is its most important feature: it covers the global system of information business exchanges, the

⁹ Zinoviev F. V., Reutov V. E. (Ed.). Transnational corporations: monograph. Simferopol; Tavriya, 2007. 220 p.

¹⁰ Robock S. H., Simmonds K. International business and multinational enterprises. 3-rd ed. Nomewood, IL: IRWIN, 1983. 777 p.

global financial market, the global structure of technological innovations, and so on. As a result of moving from the level to the level of internationalization, the importance of how this trait manifests itself in this business increases, that is, how the effectiveness of this business is determined by the process of globalization. Actually, globalization is organically interwoven with signs of international business, forming the foundations of the global business: accessibility and universality, development by stages, technological globalization, financialisation, divergent-convergent interaction of national and international.

Transnationalisation can be considered both as a consequence and the reason for the growth of international concentration of production, that is, the deployment of the process of internationalization. At the present stage of development of global international business, transnational corporations (TNCs) obviously become one of the most effective organizational forms of internationalization of economic life and are at the center of the historical process of integrating the global economy. Transnationalization is a process of strengthening global integration as a result of global operations of TNCs.

Transnationalization is defined as a qualitatively new stage in the internationalization of economic life characterized by the sharp increase in the role of external factors in the development of all states and the creation of transnational capital. Or, define as only one, though the most important form of the overall process of internationalization of economic life. Thus, TNCs are the most dynamic structural element of the world economy. By mobility, the ability to transform ties and organizational structures, the speed of reaction to the impulses of the scientific and technological revolution, they significantly exceed the national or regional forms of economic entities [11, p. 8].

The globalization of international business does not contradict the process of internationalization, runs parallel with it, multiplying the channels, forms and means of world economic integration of the countries, that is, strengthening transnationalization.

The starting point for analyzing the transformational processes of transnationalization is the study of the stage of transnationalization of economic activity. In particular, TNCs can be systematized in organizational and legal forms in this way [12, p. 55–60]:

- colonial-raw TNCs of the first generation (mainly cartels, syndicates, trusts). The activities of the first generation TNCs were largely due to the development of the raw materials of the former colonies, which gives grounds for defining them as colonial-raw TNCs;

- second generation TNCs (mostly trusts). Their specificity is a strong connection with the production of military and technical products. Having

¹¹ Rudenko L. V. Management of capital flows in the modern business model of functioning of transnational corporations: monograph. K. : Condor, 2009. 480 p.

¹² Rococho V. V., Plotnikov O. V., Novitsky V. E., Kudirko L. P., Slobbery O. O. Transnational Corporations. K. : Tucson, 2001. 304 p.

started its activity between the two world wars, some of them retained their positions in the world economy and in post-war time;

- third generation TNCs (mostly concerns and conglomerates). These TNCs have widely used the achievements of scientific and technological progress, combining elements of national and foreign production. The main elements of the reproduction process were translated into general standards and principles. Third Generation TNCs contributed to the dissemination of NTP achievements to the countries of the world's periphery and formed the economic preconditions for the emergence of international production with a single information space, the international capital market, labor force and scientific and technical services;

- global TNCs of the fourth generation (mainly holding companies). Their decisive features are the planetary vision of markets and their functioning in conditions of global competition;

- global TNCs of the fifth generation (innovation-oriented holdings). At this stage, a new feature of the development of transnational capital is emerging – the spread of innovative activity to host countries, which was previously the prerogative of parent companies. This happens as a result of the creation in other countries of research centers and technology parks, as well as through the absorption of local firms with high innovation potential.

Thus, at the present stage, the leading drivers of the development of transnationalization are science and innovation, which transforms TNCs into the main generators of scientific ideas, new technologies and concepts of their dissemination, contributing to the emergence of a convergent economic system on a global scale.

Currently, TNCs control a significant part of the scientific and technological potential of developed countries. This allows it to play a leading role in the international exchange of technology and scientific and technical knowledge, and contribute to a structural shift in the global economy. Modern TNCs are changing the technology development strategy. It is based on the understanding of the requirements of the NTP and covers the organization and integration of the work of functional and specialized groups in the implementation of innovations, a continuous analysis of the feasibility of the existing market structure, functions, tasks, view on the technological development of the company in the future, which enables TNCs to act as one of the main sub of the global technology market [12, p. 62–63].

In general, the activation of the transformational processes of transnationalization at the present stage is conditioned by the following circumstances:

- filling geopolitics with economic content, when relations between countries are manifested, first of all, as economic relations;

- geoeconomics becomes a space of strategic development of transnational corporations;

- transnationalization is turning into a strategy for the development of international economic activity of states.

Transformation and activation of processes of transnationalization of economic activity leads to the following consequences:

- the emergence of national-state interests for the national framework of communication with the creation and expansion of the sphere of activity of transnational structures;

- consideration of national economic problems in the context of the course of global economic processes and the use of international resources, including resources of TNCs, to solve internal economic problems;

- the influence of transnational companies on national economies in the economic and political plane;

- awareness of the need for coordination of transnational structures and states of origin of TNCs and host countries [13, p. 101].

Summarizing the foregoing, it should be noted that transnationalization fundamentally changes the ratio of national, international, and supranational components in the mechanism of functioning of the world economy. The transnational capital's influence on the development of international markets and national economies is growing dramatically, and international reproductive cycles are emerging. The inclusion of national economies in the processes of transnationalization has double consequences: on the one hand, it leads to the creation of new jobs, the improvement of the scientific and technical and technological structure of the economy, the growth of GDP, and, on the other, causes profound deformations in the national economy (the destruction of the established reproductive and sectoral structure, etc.), which actualizes the question of the formation of the national reproductive complex taking into account possible directions of the country's inclusion in the system of international distribution of these.

1.3. Підтримка та розвиток інтернаціоналізації МСП як ефективний механізм реалізації експортного потенціалу підприємств малого та середнього бізнесу

Лісіца В. В.

ВНЗ Укоопспілки «полтавський університет економіки і торгівлі»

Інтернаціоналізація МСП перебуває в центрі уваги урядів провідних країн світу як важливий чинник економічного розвитку, джерело мультиплікаційного ефекту економічного зростання для широкого кола економічних суб'єктів. Дослідження механізмів застосування заходів щодо стимулювання процесу інтернаціоналізації

¹³ Mikhailishin L. I. Foreign experience of activating innovation activity. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and World Economy*. 2016. Vol. 6. Part 2. P. 99–105.

МСП в економічно розвинутих країнах сприяє удосконаленню національної системи підтримки експорту на основі використання ефективних міжнародних практик щодо доступу МСП на міжнародні ринки, підвищення конкурентоспроможності та розширення участі в глобальних ланцюгах доданої вартості; регулювання діяльності МСП щодо покращення доступу до джерел фінансування, участі МСП в електронній торгівлі, сприяння інноваційним МСП, а також розвитку технологічних стартапів.

Чисельні дослідження доводять, що розвиток МСП сприяє диверсифікації структури економіки та підвищенню стійкості економічного розвитку країни; створенню робочих місць та забезпеченню зайнятості населення; скороченню маргіналізації та досягненню оптимальної соціальної структури суспільства; забезпечує участь у створенні доданої вартості та підвищенні конкурентоспроможності економіки країни шляхом кількісного зростання суб'єктів підприємництва, їх різноманіття з точки зору форм підприємницької активності тощо [14].

Переважає більшість українських компаній в секторі підприємництва – це малі та середні підприємства (МСП), подібно до більшості країн по всьому світі. За статистичними даними, МСП має найбільші відносні частки від загальної кількості зареєстрованих підприємств (99,9 %), від загальної зайнятості населення (72,6 %) та від загальної створеної доданої вартості в Україні (60,1 %) [14].

Світовий досвід свідчить про те, що роль МСП у міжнародній торгівлі є значно меншою за їх роль у національних економіках, і зміни в цьому плані доволі повільні. Загалом, у світі на сектор МСП припадає близько 50 % ВВП, 60 % зайнятості, 30 % експорту та 10 % міжнародних інвестицій. Такі показники, як питома вага у вартості національного експорту та обсяг експорту МСП на душу населення, варіюють від країни до країни. Так, лідерами за внеском МСП до вартості експорту країн ЄС є такі невеликі країни, як Кіпр (65 %), Естонія (60,3 %), Латвія (52,1 %), Мальта (49 %) [15]. Емпіричні дослідження показують, що МСП, які постачають власну продукцію на експорт, як правило, винаймають більше персоналу, мають більш високу доходність, продуктивність праці та рівень технологічності ніж МСП, які працюють тільки на національному ринку [16]. Експерти відзначають, що все більша кількість МСП залучаються у глобальні ланцюги доданої вартості (ЛДВ) через виробництво проміжних товарів та послуг. Таким

¹⁴ Бураковський І., Крініцин О., Сологуб І. Політика сприяння експорту МСП в Україні. URL : http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/IER/2016/LEV/Krinityn_SME_Export_Promotion.pdf (дата звернення: 16.06.19).

¹⁵ Аналіз бар'єрів для міжнародної торгівлі в Україні – 2016. Аналіз бар'єрів для міжнародної торгівлі в Україні. Попередній звіт за результатом опитування підприємств, задіяних у зовнішньоекономічній діяльності. URL : http://tfd.ier.com.ua/wordpress/wp-content/uploads/2016/06/Trade_barriers_report_tfd_2016.pdf (дата звернення: 11.09.2019).

¹⁶ Волошин А. В. Міжнародна конкурентоспроможність українських малих та середніх підприємств. *Економіка та держава*. 2019. № 2/20. С. 120–123.

Що стосується України, то за даними Держкомстату, у 2016 р. експортна діяльність України була представлена переважно великими підприємствами із часткою в 70,5 % від загального експорту, тоді як частка МСП становила лише 29,5 % (5,0 % мікро, 8,1 % малі та 16,4 % середні підприємства) [17]. Більшість МСП здійснюють свою діяльність переважно в межах традиційних ринків, характеризуються низькою продуктивністю праці та рівнем підприємницьких намірів, високою питомою вагою вимушених підприємців як в цілому в країні, так і розрізі регіонів. Причинами відставання України є порівняно нижчий доступ МСП до основних ресурсів, необхідних для здійснення експорту: фінансових, інформаційних, технологій та інновацій.

1. Оцінка поточного стану сфери регуляторного середовища інтернаціоналізації МСП України

Сфери регуляторного середовища	Оцінка поточного стану
Адміністрування податку на додану вартість	0,26
Здійснення дозвільних процедур	0,22
Доступ до фінансів	0,24
Захист прав інтелектуальної власності та авторського права	0,24
Доступ до знань та інформації	0,24
Проходження митниці	0,22
Доступ до технологій та інновацій	0,28

Як відомо, метою політики сприяння експорту МСП є створення сприятливого клімату для реалізації експортного потенціалу існуючих МСП та виникнення нових МСП, орієнтованих на глобальний ринок, шляхом формування ефективних бізнес-мереж і поліпшення нормативно-правового середовища.

¹⁸ Практичний посібник. Вихід українського МСБ на ринки ЄС. URL : <http://www.easybusiness.in.ua/uk/easybusiness-презентує-практичний-посібник-вих/> (дата звернення: 11.09.2019).

Втручання держави в цю сферу пояснюється теорією асиметричної інформації та іншими провалами ринку. МСП не зможе подолати бар'єри виходу на експортний ринок з різним регулюванням, діючими технологічними вимогами та процедурами, ускладненим пошуком інформації про потреби споживачів тощо. Тому, важливим є надання підтримки саме цій категорії фірм для зниження ними витрат, пов'язаних з виходом на іноземні ринки, так як саме ці витрати для більшості МСП є заборонними.

Система підтримки МСП повинна мати комплексний характер, охоплювати всі аспекти регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) в цілому, бути її специфічною підсистемою для успішної реалізації експортного потенціалу МСП країни, а не сукупністю різnorідних заходів і механізмів підтримки експорту, якою вона є зараз.

Сучасна підтримка національного експорту провідних країн світу базується на взаємодії урядових і недержавних інститутів, включаючи профільні міністерства і відомства, спеціалізовані агентства і експертні центри, фінансові структури, регіональний і зарубіжний апарат. Все чіткіше проявляється тенденція консолідації інститутів і механізмів держпідтримки експорту за кордоном, зростання масштабів і суспільної значимості їх діяльності.

В умовах висококонкурентного світового ринку і розвитку нетарифних обмежень імпорту можливості МСП щодо розвитку експорту істотно обмежені. У зв'язку з цим, провідні країни-експортери працюють над підвищенням ефективності фінансової та організаційної підтримки експорту.

Дані Європейської Комісії [19] свідчать про успішні практики вирішення проблем, що перешкоджають розвитку експорту в окремих країнах Європейського Союзу за такими напрямками: 1. Підвищення обізнаності. 2. Доступ до високоцінної інформації. 3. Освітні програми для персоналу. 4. Підтримка фінансових потреб інтернаціоналізації. 5. Розвиток мереж МСП. 6. Підтримка інтернаціоналізації торгівлі послугами. 7. Використання інтернаціоналізації задля підвищення конкурентоспроможності. 8. Індивідуальна підтримка (пошук клієнтів, партнерів, оцінка конкурентоспроможності). 9. Прикордонні зони та транскордонне співробітництво.

На рис. 1 представлені найбільш поширені заходи щодо підтримки експорту на національному рівні.

За останні роки в Україні було здійснено ряд реформ, які дещо покращили умови щодо регулювання діяльності МСП та їх підтримку в процесі інтернаціоналізації.

¹⁹ Enterprise and Industry. Supporting the Internationalisation of SMEs. Guidebook Series. How to support SME Policy from Structural Funds. URL : https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/84453/Supporting_Internat_SMEs.pdf/f36577c4-53fc-4f44-a02a-d8f5e295158f.

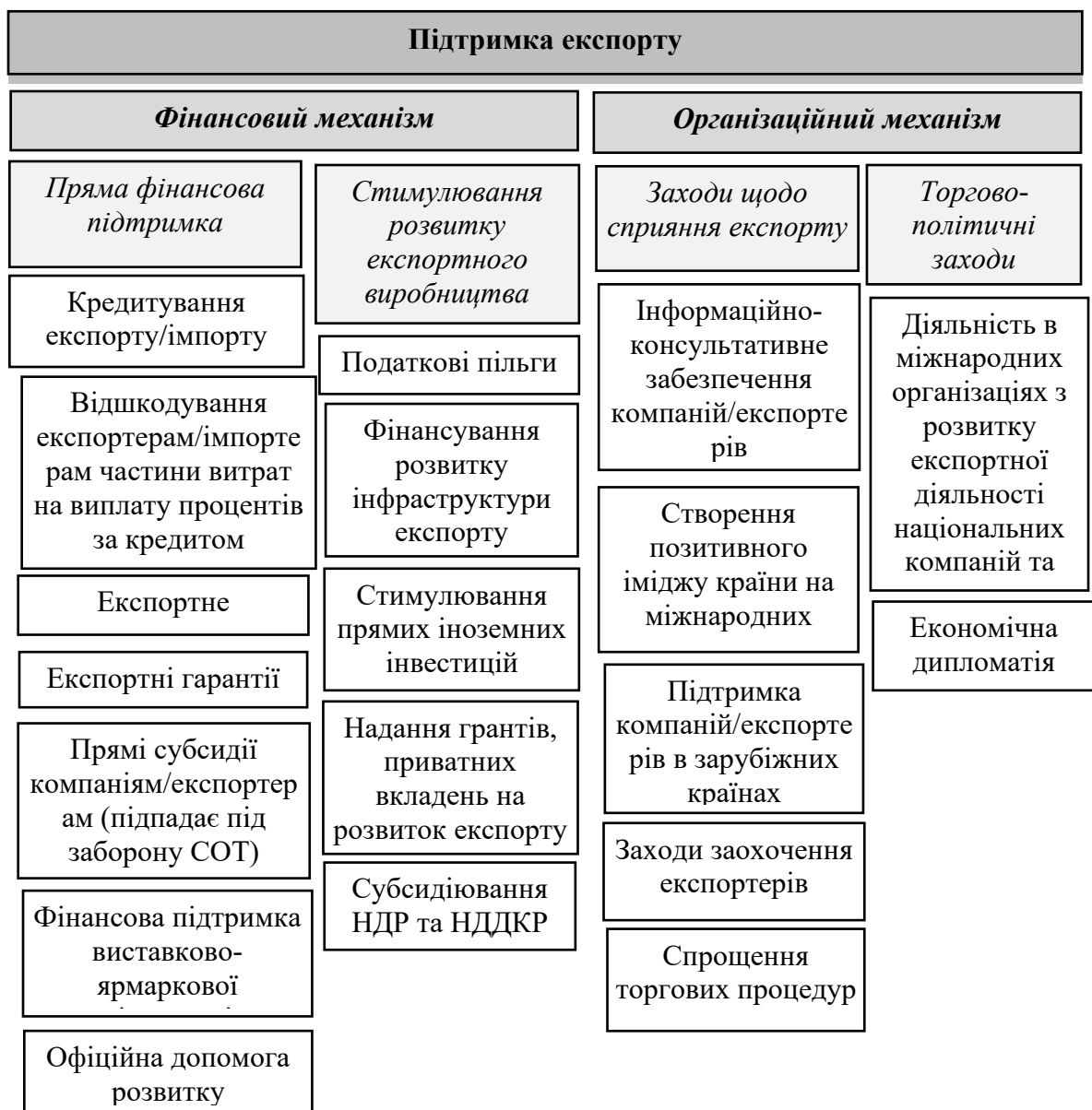


Рис. 1. Узагальнена структура підтримки експорту
Джерело: узагальнено за [20].

На даний момент українське інституційне середовище регулювання діяльності МСБ складається з кількох державних органів, що перебувають у підпорядкуванні КМУ, ВРУ або місцевих державних адміністрації (табл. 2).

Так, Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, в рамках розробленого проекту Стратегії розвитку малого та середнього бізнесу в Україні до 2020 року [21], створило офіс з просування експорту, який функціонує як «єдине вікно» допомоги українським експортерам у виході на іноземні ринки та ін.

²⁰ Zhalilo Y. A. SMEs, Trade and Economic Development in Ukraine. Geneva: International Trade Centre, 2015. 47 p.

²¹ Проект Стратегії розвитку МСП до 2020 року. URL : https://issuu.com/mineconomdev/docs/short_sme_strategy_apr2017_revas (дата звернення: 30.05.19).

2. Структура основних стейкхолдерів серед органів влади в Україні

Державний орган	Структурний підрозділ
Кабінет Міністрів України (КМУ): дорадчі органи	Рада підприємців при КМУ
	Офіс з просування експорту
	Офіс залучення інвестицій
	Рада бізнес-омбудсмена
Міністерство економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства	Департамент розвитку підприємництва
	Державна регуляторна служба
Верховна Рада України	Комітет з питань промислової політики та підприємництва
Місцеві державні адміністрації	Департамент економічного розвитку, торгівлі та залучення інвестицій

Положенням КМУ № 550 від 16 жовтня 2014 р. запроваджений Інститут Торгового представника (ТП) в Україні, який забезпечує просування економічних інтересів України на європейському та світовому ринку, здійснює в межах своїх повноважень координацію діяльності торгових представництв у складі закордонних дипломатичних установ України. До завдань ТП належить: аналіз стану міжнародної торгівлі, використання інструментів захисту ринку, розвиток економічного співробітництва з країнами та регіонами, питання СОТ, імплементація торговельно-економічних положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, організація інформаційного обміну в рамках виконання Угоди тощо.

Міністерство економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України у складі Департаменту доступу до ринків та взаємодії з СОТ утворило Сектор нотифікацій та обробки запитів, який виконує функції національного органу нотифікацій за усіма угодами СОТ; пункту обробки запитів за угодами ТБТ/СФЗ; інформаційного пункту СОТ для українських органів державної влади, бізнесу та громадських організацій.

Взаємодія Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України та закордонних дипломатичних установ з українськими підприємствами здійснюється через механізм Ради експортерів та інвесторів (РЕІ) і вигляді відповідного звернення вітчизняної компанії щодо отримання дипломатичного сприяння.

У складі посольств України за кордоном діють торгові відділи, які мають сприяти українським підприємствам в отриманні базової інформації про зовнішні ринки й сприяти продажу українських товарів за кордоном.

Україна має окреме дипломатичне представництво при ЄС, яке відіграє активну роль у допомозі з налагодження ділових зв'язків та співробітництва між компаніями України та ЄС, у підтримці

українських експортерів на ринку ЄС та роз'ясненні базових правил виходу на нього. Серед особливих можливостей Представництва – налагоджені робочі контакти з представниками ключових інституцій ЄС та європейськими бізнес-асоціаціями, що дає змогу отримати фахову, у т. ч. консультативну, допомогу з перших рук задля просування інтересів українських компаній, в тому числі МСП, на європейському ринку. Представництво також є авторизованим партнером Європейської мережі підприємств (EEN).

Важливим фактором зростання конкурентоспроможності МСП є доступ до дешевих кредитних ресурсів. Висока ринкова ціна кредитів часто відрізає малі та середні підприємства від реалізації стратегій зростання за рахунок позик. З огляду на це, ряд міжнародних інституцій адмініструє постійно діючі кредитні програми для МСП, використання яких є більш вигідним, ніж користування кредитами на ринку. Окрім того, міжнародна допомога надається для МСП у галузі консалтингу.

В табл. 3 узагальнені діючі станом на 01.01.2019 р. основні проекти та програми підтримки МСП, що фінансуються міжнародними організаціями та установами. Реалізація зазначених програм сприяє використанню українським МСП переваг торгівлі на зовнішніх ринках, а також поширенню кращих європейських практик з підтримки МСП. На жаль, узагальнені дані щодо ефективності реалізації зазначених програм відсутні.

3. Донорська підтримка у розвитку бізнесу та виході на експортні ринки

Міжнародна організація/проект	Напрями та цілі реалізації
Організації	
Консультація МСБ в Україні від ЄБРР	Впроваджується ЄБРР за фінансування ЄС, урядів Швеції та США. Пошук та співфінансування послуг консультантів у сферах стратегії, маркетингу, бізнес-планування, інженерно-технічних рішень та ін.; організація освітніх тренінгів для підприємців.
Western NIS Enterprise Fund (WNISEF)	Регіональний фонд прямих інвестицій, заснований за фінансування уряду США через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Технічна допомога у сфері економічного лідерства, соціального інвестування, місцевого економічного розвитку та сприяння експорту; допомога у розробці та реалізації політики сприяння експорту України; надання практичної допомоги експортерам для переорієнтації торгівлі на нові ринки.
Центр зі сприяння імпорту з країн, що розвиваються	Фінансується Міністерством закордонних справ Нідерландів та має на меті промоцію імпорту до Нідерландів. Проекти підтримки українського експорту до ЄС; тренінги для компаній та консультантів ТПП з питань експортної маркетингової стратегії; створення довідників для експортерів.

Міжнародна організація/ проект	Напрями та цілі реалізації
Проекти	
Сприяння виходу МСБ	Впроваджується Міжнародним торговим центром у тісній співпраці з національними партнерами проекту (2016-2019 рр.)
плодоовочевого сектору на зовнішні ринки	за фінансування уряду Швеції. Проект ІТС допомагає малим і середнім виробникам та переробникам свіжих фруктів і овочів у Херсонській, Миколаївській, Одеській областях України: підвищити свою конкурентоспроможність; інтегруватись у національні та глобальні ланцюжки створення вартості; відкрити доступ до нових ринків, з фокусом на ринки ЄС.
Програма підготовки управлінських кадрів «FIT FOR PARTNERSHIP WITH GERMANY»	Координується Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за фінансування Федерального міністерства економіки та енергетики Німеччини. Підтримка економічного співробітництва між Німеччиною та Україною; підвищення компетенцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності з Німеччиною; побудова прямих контактів з німецькими компаніями.
Канадсько-український проект підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS)	Реалізується Конференційною радою Канади та урядом Канади. 5-річна (2016-2021) програма, яка має декілька напрямків: промоція експорту та залучення інвестицій; освіта для підприємців щодо експорту до Канади; послуги для підприємців, які хочуть експортувати до Канади
Німецька служба старших експертів SES	Ініційовано та реалізується бізнес-асоціаціями Німеччини за фінансування Федерального міністерства економіки та енергетики Німеччини. Фонд допомагає підібрати німецьких експертів під конкретні задачі, в т.ч. для допомоги по налагодженню збуту в рамках експортної стратегії або її розробки; фонд запрошує та фінансує транспортні витрати, страхування та сам підбір експерта; підвищення рівня фахівців.
Європейська мережа підприємств (EEN)	Напрями: допомога підприємцям знайти партнерів-інвесторів в країнах-учасниках; пошук інноваційних технологій; пошук партнерів для створення спільних підприємств; пошук партнерів для імпорту/експорту товарів.
AGRITRADE UKRAINE	Проект підтримується Федеральним міністерством продовольства і сільського господарства Німеччини та реалізується у співпраці з уповноваженою компанією GFA Consulting Group GmbH та виконавцями проекту – AFC Agriculture and Finance Consultants, IAK Agrar Consulting та Університетом ім. Гумбольдта. Надає підтримку українським сільськогосподарським товаровиробникам та аграропродово-льчим компаніям у пошуку європейських ринків збуту; підготовка компаній до виходу на нові ринки; входження, закріплення та розширення діяльності на ринках; проект інформує німецькі компанії про особливості аграрної торгівлі з Україною.
COSME	Програма ЄС для підвищення конкурентоспроможності підприємств і підприємств МСБ, що розрахована з 2014 до 2020 рр. із запланованим бюджетом в 2,3 млрд євро. Передбачений доступ до таких складових програми: покращення умов доступу МСП на ринки; покращення умов функціонування МСП (імплементация Акту Малого Бізнесу

Міжнародна організація/ проект	Напрями та цілі реалізації
	для Європи (Small Business Act for Europe); формування культури ведення бізнесу.
HORIZON 2020 UKRAINE	Програми наукових досліджень та інновацій Бюджет: до 80 млрд євро на 2014–2020 рр. Напрямки: дослідницька діяльність; інноваційна діяльність підприємств; підприємництво.

Джерело: узагальнено за матеріалами [17, 22, 23, 24, 25].

Отже, в результаті проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

- інтернаціоналізація має позитивний ефект як для бізнесу, так і для держави в цілому: для підприємств – це нові можливості в розширенні ринків збуту, отримання доступу до світових ринків капіталу та технологій; для держави – підвищення доходів та зайнятості населення, посилення притоку іноземних інвестицій та ін.;

- обізнаність МСП щодо інтернаціоналізації та відповідно їх залучення до міжнародної торгівлі поступово зростає за рахунок програм підтримки та державних політик сприяння, імplementованих на рівні країни чи регіонів;

- економічний потенціал сектору МСП в Україні сьогодні використовується недостатньо. Серед найактуальніших проблем, що суттєво впливають на рівень інтернаціоналізації МСП, домінують такі: важкість в отриманні банківських кредитів; нерозвиненість альтернативних джерел фінансування; відсутність навичок ведення експортної діяльності; відсутність обізнаності про агреговані джерела інформації щодо здійснення експортно/імпоротної діяльності; низький рівень використання новітніх технологій у виробництві; низький рівень витрат на інноваційну діяльність;

- експортний потенціал МСП передовсім визначається такими чинниками експортоздатності МСП як: якість товарів/послуг; конкурентна ціна; постійна наявність продукції для експорту; рівень іновативності; ступінь орієнтованості на споживача; гарантійне та післяпродажне обслуговування;

- система підтримки МСП в Україні являє собою набір доволі розрізнених заходів, які часто поміж собою не корелюють. Регіональні програми фінансово-кредитної підтримки підприємництва є достатньо обмеженими і передбачають фінансову підтримку МСП загалом на

²² Можливості та фінансові інструменти підтримки МСБ. URL : http://www.compet.kh.gov.ua/images/MTD/Katalogi/MSB_FinansoviInstrumenty_2019.pdf (дата звернення: 05.06.19).

²³ Карта можливостей МСБ. URL : <http://smemap.eu4business.eu/finance> (дата звернення: 20.06.19).

²⁴ Інтеграція українського МСБ в ланцюги доданої вартості ЄС. URL : <http://www.easybusiness.in.ua/uk/> (дата звернення: 18.07.19).

²⁵ Матеріали сайту <http://www.eu4business.eu/uk> (дата звернення: 15.08.19).

низькому рівні, а інституціональна інфраструктура в стадії формування та реформування;

– внаслідок обмеженості державних програм підтримки підприємництва та неспроможності бюджетної підтримки програм розвитку МСП відповідно до визначених потреб у ресурсах, ключовими групами стейкхолдерів стали суб'єкти фінансово-кредитного ринку України, міжнародні організації та структурні фонди ЄС, які мають програми підтримки МСП.

В даному контексті актуальним напрямом подальших досліджень є формування комплексної системи підтримки МСП в Україні, яка б охоплювала всі аспекти створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю на зовнішніх ринках, налічувала відповідні інститути та інструменти підтримки конкурентоспроможності товарів/послуг МСП на експортних ринках та подолання наявних бар'єрів експорту, сприяла удосконаленню навичок підприємств, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

1.4. Сутнісні характеристики та методи витрат в системі менеджменту аграрних підприємств для цілей обліку

*Пилипенко К. А., д-р екон. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Слід зазначити, що Україна відстала від передових країн на цілу технологічну епоху й перебуває на індустріальній стадії розвитку, яка характеризується затратним виробництвом, недосконалими формами організації й оплати праці та системою і методами управління [26, с. 13]. Системне скорочення матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, більш повне використання генофонду сільськогосподарських рослин і тварин повинні забезпечити суттєве збільшення виходу продукції, значне підвищення дохідності та конкурентоспроможності галузі.

Вихід на міжнародні ринки України та членство в СОТ висувають витрати головним чинником забезпечення дохідності агроформувань. Велика увага аграрія, в умовах складної конкуренції за ринки збуту продукції, приділяється визначенню, моніторингу, аналізу витрат виробництва та собівартості одиниці продукції на підставі облікових даних.

Навколо сутності категорії витрат економічна думка напрацювала багато підходів і принципів, які склалися у межах історичного розвитку суспільства.

²⁶ Mason E. The Corporation in Modern Society. Cambridge., Mass. : Harvard University Press, 1959.

Економічний зміст поняття «витрати» досліджували ще класики політичної економії. А. Сміт ввів поняття «абсолютні витрати» [27], Д. Рікардо є автором теорії «порівняльних витрат» [28]. Під терміном витрати вони розуміли середні сукупні витрати на одиницю продукції, чи ціну виробництва з урахуванням рентних платежів.

Особливої уваги заслуговує теорія витрат виробництва К.Маркса, яка заснована на двох принципових категоріях: витрати виробництва і витрати обігу. Якщо витрати виробництва пов'язані зі створенням товарів, то витрати обігу, пов'язані з їх реалізацією (купівлею-продажем). В межах останніх він вирізняв чисті та додаткові витрати обігу. Чисті витрати включають витрати на купівлю-продаж, заробітну плату продавців і касирів, маркетинг, утримання торгових підприємств, консультації, рекламу, касові операції тощо. За словами Маркса це витрати «... вытекающие лишь из превращения формы товара, не прибавляют к нему никакой стоимости» [29, с. 168]. Додаткові витрати стосуються зберігання, транспортування, сортування, розфасовки тощо. Такі витрати збільшують вартість товару. В свою чергу витрати виробництва класик поділяв на суспільні витрати виробництва товару, які визначаються затратами праці, та індивідуальні витрати виробництва, які визначаються витратами капіталу товаровиробника.

Капіталістичні витрати у К. Маркса мали такий вигляд : $BK = c + v$, де BK – капіталістичні витрати виробництва; c – постійний капітал, авансований у засоби виробництва; v – змінний капітал, авансований у найману робочу силу. «Те самые составные части капитала, – писал он, – которые с точки зрения процесса труда различаются как объективные и субъективные факторы, как средства производства и рабочая сила, с точки зрения процесса увеличения стоимости различаются как постоянный капитал и переменный капитал» [29, с. 220]. В першому випадку працівник відноситься до засобів виробництва як до засобу та матеріалу своєї цілеспрямованої діяльності; в другому – засоби виробництва перетворюються в засоби висмоктування чужої праці [30, с. 320].

На формування витрат впливає також система управління державою, у країнах, де існувала командно-адміністративна система, Україна є такою, в основі теорії витрат виробництва лежали постулати трудової теорії вартості. При цьому розрізнялись витрати окремого товаровиробника, які одержали назву «собівартість» (затрати використаних для виготовлення товару засобів виробництва та зарплата зайнятих при цьому робітників), та суспільні витрати, які були кількісно більші на величину додаткового продукту, що складав матеріальну основу прибутку виробника. Крім витрат, пов'язаних із виготовленням

²⁷ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва : Соцэкгиз, 1962. 684 с.

²⁸ Рикардо Д. Начало политической экономии и налогового обложения. Москва, 1955. Т. 1. С. 4.

²⁹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии ; под ред. Ф. Энгельса. Москва : Политиздат, 1969. Т. II. Кн. II : Процесс обращения капитала. 648 с.

³⁰ Caves R. E., Barton D. R. Efficiency in US manufacturing Industries. Cambridge, Mass. : MIT Press, 1990.

товару, виділялися також витрати, необхідні для реалізації товару, що визначалися як витрати обігу.

Теорію трансакційних витрат, яка набула широкого розповсюдження в останнє десятиріччя та яка розроблена представниками неоінституціоналізму. Поняття трансакційних витрат запровадив американський економіст Р. Коуз. Він так пояснює їх сутність: «Покупатели и продавцы должны находить друг друга; покупатели должны изучить то, что продавцы могут им предложить, а продавцы – что покупатели хотят приобрести; обе стороны вынуждены изучить цены, по которым другая сторона согласится осуществлять операции, стороны должны вести переговоры, вырабатывать контракты, обеспечивать их выполнение и т.д. Будут создаваться рынки и будут появляться специалисты – дилеры и брокеры – для обеспечения процесса обмена. Именно издержки такой деятельности я называю трансакционными издержками» [31, с. 33]. В сучасній економічній літературі зустрічаються різні визначення трансакційних витрат. Малахов С. характеризує їх як ціну, яку платить будь-яка економічна система за недосконалість власних ринків [32]. А. Н. Олейник вважає, що трансакційні витрати – це витрати, пов'язані з обміном та захистом правочинностей [33]. Зустрічаються і інші визначення трансакційних витрат а саме: як витрат на пошук інформації (покупців і продавців), що потребує часу, зусиль і ресурсів на ринках з асиметричною інформацією, що є наслідком неповноти і недосконалості отриманої інформації; як додаткових витрат виробника (постачальника) на доведення продукції та сировини до вимог, обумовлених споживачем: витрати на поставки, витрати на маркетинг, витрати на продаж, витрати на післяпродажне обслуговування. В системі обліку данна категорія витрат не використовується.

Виходячи з наведених визначень до трансакційних витрат в економічній теорії найчастіше відносять наступні їх групи: витрати пошуку інформації; витрати, пов'язані з веденням переговорів та укладанням угод; витрати вимірювання якості; витрати специфікації та витрати на захист прав власності; витрати опортуністичної поведінки (поведінки ухиляння від виконання умов угоди з метою отримання прибутку за рахунок інтересів партнерів); витрати захисту від третіх осіб. Значимість і вагомість в економічній науці та практиці таких категорій як витрати та собівартість цілком закономірно вимагають з'ясування їх суті спочатку в нормативно-правових актах держави. Так,

³¹ Коуз Р. Фирма, рынок и право ; пер. Р. И. Капелюшников. Москва : «Дело ЛТ» при участии изд-ва «Catallaxy», 1993. 192 с.

³² Малахов С. Трансакционные издержки и макроэкономическое равновесие. *Вопр. экономики*. 1998. № 11. С. 78–96.

³³ Олейник А. Н. Институциональная экономика: учеб. пособ. Москва : ИНФРА-М, 2000. 416 с.

згідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [34] витрати – зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками).

Подібне визначення дається і П(С)БО 16 «Витрати»: витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, яке призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [35].

В Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, можна знайти визначення витрат ідентичне тому, що пропонується в П(С)БО 16 «Витрати» [35]. Тобто, в перелічених нормативних документах витрати ототожнюються із зменшенням чи вибуттям активів, що не завжди відбувається на практиці. Активи підприємства не вибувають, а лише переходять з одного виду в інший.

У Податковому кодексі України витрати розглядаються як сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником) [36].

Міжнародні практика окремого стандарту для обліку витрат не має, а застосовує Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 [37] витрати розглядаються як зменшення економічних вигод протягом облікового періоду у вигляді вибуття чи амортизації активів або у вигляді виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу, за винятком зменшення, пов'язаного з виплатами учасникам.

Таким чином, визначення поняття витрат, що міститься в Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку та Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств має чітко виражений фінансово-обліковий характер. Категорія витрати втрачає суто економічне значення та головне місце в економічній роботі

³⁴ Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 02 лют. 2013 р. № 336. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

³⁵ Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

³⁶ Податковий кодекс України від 01 груд. 2010 р. № 2755. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

³⁷ Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство». URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_027.

кожного підприємства. Витрати відіграють роль тільки у фіксації одержаних результатів і не сприяють поліпшенню фінансово-економічного стану підприємств у відтворювальному процесі. Це на нашу думку є невиправданим, оскільки витрати при їх визначенні та формуванні повинні передбачати своє скорочення за рахунок постійного зниження матеріало-, енерго-, трудоемності продукції на основі більш повного використання біологічного потенціалу рослин і тварин. Тому витрати є важливою економічною категорією. Використовуються в економічній теорії такі поняття як «витрати», «затрати», «издержки» (рос.), собівартість. Витратам присвячено багато наукових робіт, що дає підстави говорити про тотожність термінів «витрати» і «затрати».

Нерідко «витрати» і «затрати» подаються як синоніми. Зокрема у великому економічному словнику термін «издержки» (рос.) перекладається як «витрати» (укр.) та вказується його відповідність терміну «затраты» (рос.). В сучасному економічному словнику «затраты» (рос.) подаються як виражені в грошовій формі витрати підприємств, підприємців, приватних виробників на виробництво, обіг, збут продукції [38]. Економічний зміст поняття «затраты» аналогічний «издержкам», однак на практиці в бухгалтерському обліку використовується частіше словосполучення з «затратами», а в економічному аналізі – з «издержками». В той же час «издержки» – це виражені в грошовій формі витрати, обумовлені витрачанням різних видів економічних ресурсів (сировини, матеріалів, праці, основних засобів, послуг, фінансових ресурсів) у процесі виробництва і обігу продукції, товарів [27, с. 140].

Визначення категорії «витрати», яке наводиться в сучасній економічній літературі представлені в табл. 1.

Однак за умов функціонування сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах господарювання, витрати перестають бути лише сукупністю матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, з якої виготовляється продукція. Вони стають основою успішного здійснення всіх складових господарської діяльності – виробництва, управління, планування, контролю, маркетингу тощо.

В табл. 2 визначено сутність витрат в залежності від впливу на процеси відтворення. Таким чином, у діючих нормативних документах термін «виробничі витрати» не використовується, але в економічній теорії це поняття функціонує. У цілому витратами виробництва є всі витрати живої та уречевленої праці, що використовуються для виготовлення цінностей (продукції).

³⁸ Большая Советская Энциклопедия. (В 30 томах) / гл. ред. А. М. Прохоров ; изд. 3-е. Т. 23. 1976. 640 с.

1. Визначення категорії «витрати» в науковій літературі

Джерело	Визначення витрат
Саблук П. Т. [39]	Витрати – це сукупність факторів, застосовуваних у процесі продукування товарів, послуг, виражена у вартісному вимірі.
Сук П. Л. [40]	Витрати – це вартість використаної живої та уречевленої праці і сил природи на виробництво продукції.
Бутинець Ф. Ф. [41]	Витрати виробництва – це вираження у грошовій формі поточних витрат, трудових, матеріальних, фінансових та інших видів ресурсів на виробництво продукції.
Палій В. Ф. [42]	Витрати – весь комплекс матеріальних і грошових ресурсів, який необхідний для створення продукту.
Друрі К. [43]	Витрати – засоби, які витрачені для отримання доходів.
Стоун Д., Хітчинг К. [44]	Витрати – вартість чогось, використаного для отримання доходу (на виробництво продукції або надання послуг) протягом певного періоду, хоч останній не обов'язково збігається з моментом дійсної оплати ресурсів.
Фандель Г. [45]	Витрати – це затрати факторів виробництва у вартісному вираженні.
Сопко В. В., Патрик Є. [46]	Витрати – використані у процесі виробництва різні речовини та сили природи на виготовлення нового продукту праці.
Хонгрэн Ч. Т., Фостер Дж. [47]	Витрати використані ресурси та гроші, які потрібно заплатити за товари чи послуги.
Макконелл К., Кемпбелл Р., Брю С. [48]	Економічні витрати – виплати, які фірма повинні здійснити, або ті доходи, котрі вона повинна забезпечити постачальнику ресурсів для того, щоб відволікти ці ресурси від використання в альтернативних виробництвах.
Дерій В. А. [49]	Витратами доцільно називати повністю або частково використані у процесі господарсько – фінансової діяльності підприємства запаси, необоротні активи, трудові й інтелектуальні ресурси, а також зменшення (погашення) зобов'язань підприємства перед бюджетом, кредиторами та іншими юридичними і фізичними особами.

³⁹ Саблук П. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого та погляд у майбутнє : науково-популярні нариси у трьох томах. Київ : Інститут аграрної економіки, 2001. Т. II : Аграрна економіка в умовах демократичного державотворення. 484 с.

⁴⁰ Сук П. Л. Облік виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринку: методологія і практика. Київ, 2007. 330 с.

⁴¹ Бутинець Ф. Ф., Давидюк Т. В., Малюга Н. М. Бухгалтерський управлінський облік : підруч. [для студентів спеціальності 7. 050106 Облік і аудит вищих навчальних закладів] ; за ред. Ф. Ф. Бутинця. [2-ге вид. перероб. і доп.]. Житомир : ПП «Рута», 2002. 480 с.

⁴² Палій В. Ф. Основы калькулирования. Москва : Финансы и статистика, 1987. 283 с.

⁴³ Друри К. Введение в управленческий и производственный учет. ; [пер. с англ. под ред. С. А. Табалиной]. Москва : Аудит; ЮНИТИ, 1994. 560 с.

⁴⁴ Стоун Д., Хитчинг К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ.; пер. с англ. Ю. А. Огибиньш, Г. Ю. Огибиньш. Москва : Сирин, 1998. 302 с.

⁴⁵ Фандель Г. Теория производства и издержек. ; [пер с нем. под. рук. и науч. ред. М. Грешака]. Київ : Таксон, 1998. 582 с.

⁴⁶ Сопко В., Патрик Е. Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции в промышленности. Київ : Техника, 1998. 122 с.

⁴⁷ Хонгрэн Ч. Т., Фостер Дж. Бухгалтерский учет : управленческий аспект. ; пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова. Москва: Финансы и статистика, 2000. 416 с.

⁴⁸ Макконелл К. Р., Кемпбелл Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: в 2-х томах ; пер. с англ. Москва : Республика, 1992. 399 с.

⁴⁹ Дерій В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. 272 с.

2. Сутність витрат в залежності від впливу на відтворювальний процес

Вплив на відтворювальний процес	Сутність витрат
Управління	Витрати (як об'єкт управління): - основа прийняття більшості управлінських рішень, спрямованих на досягнення високого економічного результату виробничо-господарської діяльності підприємства; - засіб удосконалення інформаційного процесу управління; - засіб визначення стану і перспектив функціонування господарських структур.
Планування	Витрати (як об'єкт планування): - засіб визначення цілей підприємства та його підрозділів у формі постановки виробничих завдань і вибору засобів для їх виконання; - засіб організації контролю та відповідальності за досягнутий рівень витрачання через порівняння фактичної і планової величин; - один з основних елементів, необхідних для визначення економічних результатів діяльності підприємства, що очікуються в майбутньому періоді; - засіб розробки нормативів вартості ресурсів, визначення їх рівня на одиницю продукції, нормативної (планової) собівартості.
Виробництво	Витрати (як економічна категорія): - засіб забезпечення здійснення процесу виробництва. Витрати (як об'єкт): - засіб оцінювання економічної доцільності здійснення виробничого процесу.
Контроль	Витрати (як об'єкт контролю): - засіб впливу на результати діяльності підрозділів і підприємства в цілому; - засіб досягнення оптимального рівня рентабельності виробництва та належної ефективності діяльності господарюючого суб'єкта; - засіб впливу на обґрунтовану розробку заходів щодо зниження витрат ресурсів, енерго-, матеріалоемності продукції.
Розподіл і перерозподіл вартостей	Витрати (як економічна категорія): - засіб забезпечення руху товарів від виробників до споживачів, включаючи їх реалізацію кінцевим споживачам. Витрати (як об'єкт): - основа витратного методу ціноутворення (визначення рівня ціни з урахуванням рівня витрат на виробництво та реалізацію продукції. При використанні цього методу базою для визначення рівня ціни слугують витрати на одиницю продукції) ; - основа визначення ефективного використання авансованого у виробництво капіталу.

Оскільки величина витрат формується в системі бухгалтерського обліку, то необхідно враховувати зв'язок цієї категорії з обліковими витратами. На нашу думку, поняття «витрати» є більш широким, ніж собівартість. Витрати співвідносяться з процесом безперервного

здійснення виробництва взагалі, тобто незалежно від його завершеності. Собівартість характеризує рівень витрат на виробництво продукції, що завершено, тобто собівартість є вартісним вираженням витрат ресурсів у процесі виробництва певного обсягу продукції, відшкодування яких є необхідною умовою простого відтворення. Враховуючи вищесказане, на нашу думку, витрати – це використані природні, матеріальні, нематеріальні, трудові і фінансові ресурси, які мають грошове вираження і контролюються підприємством у процесі виробництва продукції з метою забезпечення умов простого та розширеного відтворення.

Витрати виробництва відображають досягнутий рівень господарювання конкретного підприємства, недоліки й позитивні моменти його діяльності. До них належать фактичні витрати природних, матеріальних, грошових і трудових ресурсів, тому будь-які зміни в господарській діяльності відображаються в загальній сумі витрат та собівартості продукції.

На величину витрат виробництва впливає передусім рівень цін на ресурси виробництва. Якщо ціни на засоби виробництва знижуватимуться, то за всіх інших незмінних умов виробництва зменшуватимуться витрати виробництва і собівартість продукції.

Важливою складовою витрат виробництва є витрати на оплату праці. Рівень оплати праці протягом десятиліть постійно зростає під впливом інфляції, що призводить до збільшення собівартості продукції навіть при незмінних затратах праці.

Невід'ємною складовою здійснення основних господарських процесів витрати стають за умови їх попереднього своєчасного, повного та достовірного відображення на рахунках бухгалтерського обліку. Дані обліку витрат на виробництво продукції використовуються при визначенні ефективності виробництва окремих підприємств та рослинницьких і рослинницьких галузей; ефективності роботи внутрішньогосподарських підрозділів, первинних трудових колективів; ефективності існуючих внутрішньогосподарських і міжгосподарських зв'язків, кооперативних і інтегрованих відносин. Витрати нормативні та фактичні слугують для визначення спеціалізації виробництва окремих підприємств та його підрозділів. Тобто, облік витрат дозволяє оперативно виявляти економічну ефективність роботи підприємств, визначати рівень окупності ресурсів, якість та конкурентоспроможність підприємств, формування знову створеної вартості, фондів споживання та розвитку.

Одним із важливих моментів раціональної організації обліку витрат, який в значній мірі визначає рівень їх управління в системі виробничо-господарської діяльності, є економічно обґрунтована класифікація витрат. Зміна зовнішніх та внутрішніх факторів виробництва ставить перед управлінням нові завдання, внаслідок чого

виникає необхідність диференціації витрат за ознаками, які раніше не існували.

Дослідженню проблем класифікації витрат присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. На практиці, як правило, використовується лише 5–7 ознак класифікації для цілей обліку.

З метою цілеспрямованого облікового використання ознак класифікації витрат, доцільно розглядати їх залежно від сфери практичного застосування: ознаки, що використовуються при веденні фінансового обліку; ознаки, що використовуються при веденні управлінського обліку. Для потреб першої групи призначені класифікації витрат за видами діяльності та економічними елементами. Зазначені групування дозволяють значно полегшити роботу фінансової бухгалтерії, оскільки відображаються у фінансовій звітності та Плані рахунків.

П(С)БО 16 «Витрати» передбачено єдине для всіх підприємств групування витрат за економічними елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати [35]. Поряд з цим в наукових публікаціях зустрічаємо інший підхід вчених щодо даного поділу. Так, П. Л. Сук [40] замість п'яти елементів витрат виділяє сім, додаючи до загальноприйнятого переліку фінансові платежі та роботи і послуги сторонніх підприємств і організацій. Вважають деякі науковці, що План рахунків помітно б виграв, якщо клас 8 «Витрати за елементами» доповнити рахунками «Купівля» та «Послуги зі сторони». На наш погляд, для цілей фінансового обліку достатньо використовувати елементи витрат, які визначені П(С)БО 16. Розглядати питання стосовно їх деталізації недоцільно, оскільки для проведення аналізу та здійснення контролю за раціональним використанням матеріальних ресурсів підприємства призначені інші класифікації витрат – за статтями калькуляції, за ступенем контролюваності тощо.

Класифікація витрат за економічними елементами дозволяє розрахувати складові операційних витрат, показує скільки яких активів використано, незалежно, де вони витрачені, на які цілі використані. Групування витрат в обліку відбувається для визначення собівартості окремих видів продукції, тому в управлінському обліку доцільно використовувати класифікацію витрат за статтями калькуляції, в результаті чого надається детальна інформація про використання ресурсів, полегшується управління і контроль за витратами. Примірний перелік статей витрат для різних галузей сільського господарства міститься в Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств [50]. Проте рекомендовані статті

⁵⁰ Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств : Наказ Міністерства аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132. URL : https://zakon3.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01/page_

витрат не дають можливості згрупувати витрати з необхідною для проведення аналізу деталізацією, тому в економічній літературі міститься багато пропозицій щодо їх удосконалення.

На наш погляд, при паперовій формі обліку раціонально встановлювати такі статті витрат, назви та зміст яких відповідають кореспондуючому рахунку. При автоматизації бухгалтерського обліку не існує проблеми підвищення аналітичності даних.

З метою удосконалення визначення собівартості доцільно ознаки класифікації витрат, які використовують при веденні управлінського обліку слід групувати за напрямками, які традиційно виділяють в вітчизняній та зарубіжній економічній літературі: для визначення собівартості виготовленої продукції та отриманого прибутку; для прийняття управлінських рішень і планування; для здійснення процесу контролю та регулювання. Щоб дійсно класифікація витрат знайшла широке застосування необхідно мати чітке уявлення про призначення кожної класифікаційної ознаки та виду витрат. Такий підхід допоможе управлінцям виділити саме ті групи витрат, які на їх погляд в найбільшій мірі сприятимуть вирішенню поставлених перед ними завдань, а це в свою чергу підвищить рівень управління витратами в системі виробничо-господарської діяльності підприємства.

Розкриття призначення напрямку класифікації витрат підприємства може бути ефективно використане на практиці. Це буде сприяти поліпшенню обліку та контролю витрат, їх прогнозуванню, надає можливість не лише розподіляти їх за підрозділами, видами діяльності, періодами тощо, а й вирішувати конкретні управлінські завдання на поточну і довгострокову перспективу.

Отже, класифікація витрат дає можливість краще здійснювати їх планування, моніторинг, облік, точніше та детальніше аналізувати витрати, визначати вплив на дохідність, прибутковість підприємства. Економічно обґрунтована класифікація витрат залежить від правильного вибору класифікаційних ознак. На нашу думку, варіанти класифікації витрат, перш за все, повинні передбачати забезпечення функцій управління з урахуванням спрямованості обліку витрат.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва: організаційно-обліковий аспект

*Дорогань-Писаренко Л. О., канд. екон. наук,
Романченко Ю. О., канд. екон. наук
Полтавська державна аграрна академія*

В час фінансової кризи та економічної нестабільності підприємці потребують максимальної оптимізації податків. Найбільш гнучким є вибір спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Так, у далекому 1998 р. в Україні зародилася спрощена система оподаткування малого бізнесу, як регулятор ефективного використання його можливостей у розвитку національної економіки. В той період безробіття стимулювання діяльності малого підприємництва мало б забезпечувати додаткові робочі місця.

Проблемним питанням залишається формування оптимальної системи оподаткування підприємців та запобігання ухиленню від сплати податків та обов'язкових платежів до бюджету.

Відповідно до Податкового кодексу України [51] підприємці мають право на застосування загальної системи або спрощеної системи оподаткування. Враховуючи специфіку майбутньої діяльності, необхідно обирати за власною ініціативою одну з них, бо здійснення підприємницької діяльності за двома системами оподаткування неможливе.

В світі сьогодні існує чотири моделі спрощеної системи оподаткування для малого та середнього бізнесу [52].

1. Модель застосування фізичних індикаторів ведення бізнесу. Система передбачає використання певних показників (фінансових або нефінансових) фактичного ведення бізнесу. Як правило, показники варіюються за видами економічної діяльності. Наприклад, в Єгипті середня сума податку по галузі хлібопекарень була визначена на основі кількості борошна, що була використана в певному періоді. В Косово очікувану суму податку ресторанного бізнесу вираховують на основі індикатору – річний оборот ресторану. Очевидно, ця модель є надмірно складною та надто суб'єктивною.

2. Модель сплати фіксованого платежу або патенту. Зазвичай, фіксована плата (патент) встановлюється залежно від виду економічної діяльності, а збір сплачується незалежно від прибутковості або обороту

⁵¹ Податковий кодекс України № 2755-VI від 02 груд. 2010 р. URL : <http://www.rada.gov.ua>.

⁵² *Макеева О.* Если не ФОП, то как? Украина уже нашла решение. И сразу потеряла. URL : <https://finance.liga.net/ekonomika/article/esli-ne-fop-to-kak-ukraina-uje-nashla-reshenie-i-srazu-poteryala>.

компанії. Часто фіксована плата є порівняно невеликою, щоб зменшити ухиляння від сплати та заохотити бізнес сплачувати податки та працювати у легальному полі. А тому доходи держави мізерні. Разом з цим, така система виглядає недосконалою, адже немає ніякого зв'язку між розміром компанії або рентабельністю чи оборотом. Сам податок є регресивним – малі підприємства не виростають до середніх та великих, оскільки розвиваються горизонтально.

3. Модель сплати податку з обороту. Ця модель стала найбільш популярною для оподаткування мікро- та малого бізнесу в Росії, Грузії, Україні та інших країнах. Обороти використовуються виключно для визначення вимог до реєстрації. При цьому, мало кого хвилює, що податок несе каскадний негативний ефект, не має жодного відношення до прибутковості компанії. Це означатиме – прибуток може бути негативним, але податок повинен бути сплаченим. Саме тому таку систему неможливо справедливо уніфікувати для всіх видів бізнесу.

4. Модель чистого грошового потоку та спрощеного обліку. Оподаткування за методом «cash flow» із використанням спрощеної бухгалтерії – це спосіб вимірювання як доходів, так і витрат. Цей метод був використаний в країнах з перехідною економікою (наприклад, у Польщі). Бухгалтерський облік ведеться не за принципом подвійного запису, а за касовим методом доходів та витрат. Ефективні податкові ставки залежать від виду діяльності. Основна перевага цього методу – до уваги беруться як доходи, так і витрати, тобто прибутковість або збитковість бізнесу.

Основні відмінності між спрощеною та загальною системою в Україні наведені в табл. 1.

1. Порівняння спрощеної та загальної систем оподаткування суб'єктів малого бізнесу в Україні

Критерій порівняння	Спрощена система оподаткування	Загальна система оподаткування
База розрахунку податку	Дохід (або фіксований щомісячний платіж), залежно від обраної групи	Прибуток (для фізичних осіб: чистий оподатко-вуваний дохід = доходи – витрати)
Реєстрація платником податком на додану вартість	Можливе тільки на 2 і 4 групах	У загальному порядку (якщо обсяг операцій більше 1 млн)
Сплата земельного податку	Ні	Так
Реєстратор розрахункових операцій	Не використовує, якщо дохід не більше 1 млн грн	У загальному порядку
Бартерні операції, вексельні розрахунки, взаємозаліки	Ні	Так

Джерело: дані [53].

⁵³ Оніщенко В. Спрощена система оподаткування – 2019. URL : <https://www.golovbukh.ua/article/7121-sproshchena-sistema-opodatkovannya>.

Вітчизняним податковим законодавством передбачено чотири групи платників єдиного податку; збільшено ставки максимального розміру доходу, який дає змогу перебувати на спрощеній системі оподаткування; знижені ставки єдиного податку для платників третьої групи.

Так, спрощена система оподаткування для підприємців буде вигідною, якщо бізнес є високоприбутковим, тобто підприємець має низькі витрати. У такому випадку сплачується менше податку, ніж на загальній системі; виручка за рік порівняно невелика; підприємство користується земельними ділянками (є звільнення від плати за землю); основні споживачі послуг підприємства теж перебувають на спрощеній системі або це населення (це більше стосується 1–2 груп єдиного податку). У такому разі може бути й непотрібною реєстрація платником податку на додану вартість; підприємця влаштовують обмеження по кількості працюючих (1 та 2 група єдиного податку) та обсягах доходу; немає потреби у здійсненні бартерних розрахунків.

Однак, на спрощеній системі заборонено перебувати банкам, кредитним спілкам, ломбардам, лізинговим компаніям, довірчим товариствам, страховим компаніям, інвестиційним фондам та деяким іншим фінансовим установам, реєстраторам цінних паперів, а також нерезидентам. Звичайно, що треба все рахувати по кожній конкретній ситуації та бажаній групі єдиного податку.

В табл. 2 наведено порівняльну характеристику щодо умов оподаткування суб'єктів малого бізнесу, які обрали спрощену систему оподаткування.

Платники єдиного податку першої і другої груп (а це виключно фізичні – особи підприємці), які не використовують працю найманих осіб, звільняються від сплати єдиного податку протягом одного календарного місяця на рік на час відпустки, а також за період хвороби, підтвердженої копією листка (листків) непрацездатності, якщо вона триває 30 і більше календарних днів.

Щоб перебувати на 1 групі, фізичні особи – підприємці повинні дотримуватись наступних вимог Податкового Кодексу:

- не використовувати працю найманих осіб;
- здійснювати виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадити господарську діяльність з надання побутових послуг населенню (перелік даних послуг наведений в статті 297.1 Податкового Кодексу України);
- обсяг доходу протягом календарного року не повинен перевищувати 300 тис. грн.

Ст. 293 Податкового Кодексу передбачено, що для першої групи платників єдиного податку повинна застосовуватись ставка у межах до 10 % розміру прожиткового мінімуму. Так, у 2019 р. розмір єдиного податку для платника 1 групи становить 192,10 грн (1921 грн x 10 %).

2. Основні показники для вибору групи єдиного податку фізичними особами-підприємцями

Показники	Групи платників єдиного податку			
	Група 1 (фізичні особи – підприємці)	Група 2 (фізичні особи – підприємці)	Група 3 (фізичні особи – підприємці та юридичні особи)	
			Платники ПДВ	Неплатники ПДВ
Обмеження за обсягом доходу за календарний рік	300 000 грн	1 500 000 грн	5 000 000 грн без НДС	5 000 000 грн
Обмеження за кількістю працівників	0	10	Без обмежень	
Дозволені види діяльності	Роздрібна торгівля на ринках, побутові послуги (за переліком)	Послуги населенню і платникам єдиного податку, виробництво, торгівля, ресторанне господарство	Без обмежень	
Ставки податку	до 10 % прожиткового мінімуму для працевдатних осіб на 1 січня	до 20 % мінімальної зарплати на 1 січня	3 % доходу + ПДВ	5 % доходу
Ведення обліку	Доходів	Доходів	Доходів і витрат	Доходів
Звітність	Щороку	Щорічно	Щокварталу	Щокварталу

Для того, щоб перебувати на другій групі фізичні особи – підприємці повинні дотримуватись наступних вимог:

- здійснювати господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, чи виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства;

- кількість осіб, які перебувають у трудових відносинах з підприємцем не повинна перевищувати 10 осіб;

- обсяг доходу не повинен перевищувати 1,5 млн грн.

На другій групі платників єдиного податку не можуть перебувати фізичні особи – підприємці:

- які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна;

- які здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів,

дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння.

Зазначені вище фізичні особи – підприємці належать виключно до третьої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для такої групи.

Для другої групи платників єдиного податку ставка встановлюється у межах до 20 % розміру мінімальної зарплати. Так, у 2019 р. розмір єдиного податку для платника 2 групи становить 834,60 грн (4173 грн x 20 %).

Проте існують обмеження для підприємців, що обрали вищевказані групи. Перебуваючи на єдиному податку 1 і 2 групи не можливо займатися (п. 291.4 ПКУ): наданням посередницьких послуг з купівлі, продажу, оренди та оцінки нерухомого майна (група 70.31 КВЕД); діяльністю з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних і побутових виробів і дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, напівдорогоцінного каміння. Також ФОП на 1-й групі підприємець не може займатися оптовим продажем та наданням непобутових послуг. Підприємець на 2-й групі не може надавати послуги неплатникам єдиного податку.

Вибір 3-ї групи спрощеної системи оподаткування є оптимальним для тих, що готовий платити податок з кожної операції, не хоче обмежувати себе певними видами діяльності та бажає без будь-яких обмежень співпрацювати як і з юридичними, так і фізичними особами.

Платником 3 групи можуть бути:

- фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена. Тобто, значною перевагою даної групи на даний момент є те, що обираючи її підприємець, може й не мати найманих працівників та при необхідності може залучати їх в необмеженій кількості.

- суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми. Знову ж таки ніяких обмежень по кількості працівників не встановлено.

Основна вимога, яка повинна бути дотримана вищезазначеними суб'єктами – це не перевищення платниками обсягу доходу понад 20 млн грн протягом календарного року.

Відсоткова ставка єдиного податку для платників третьої групи (фізичні особи) встановлюється у таких розмірах:

- 3 % доходу – у разі сплати податку на додану вартість згідно з Податковим Кодексом;

- 5 % доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Зазначимо, що існує особлива група, де можуть перебувати тільки

сільськогосподарські товаровиробники – це 4 група платників єдиного податку. Сільськогосподарськими товаровиробниками, відповідно до пп. 14.1.235 ПКУ, є юридична особа незалежно від організаційно-правової форми, яка займається: виробництвом сільгосппродукції та/або розведенням; вирощуванням і виловом риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах); переробкою сільгосппродукції на власних чи орендованих потужностях, у тому числі з власновиробленої сировини на давальницьких умовах, і здійснює операції з її постачання. Таким чином фізичні особи, у тому числі фермерські господарства без статусу юридичної особи не можуть бути платниками цієї групи.

На сьогодні по Полтавській області обліковується 39458 фізичних осіб – платників єдиного податку, що на 4,1 % більше за минулорічний показник. У тому числі: платники єдиного податку першої групи – 6332 фізичних осіб; платники єдиного податку другої групи – 19267 фізичних осіб; платники єдиного податку третьої групи – 13859 фізичних осіб (рис. 1).

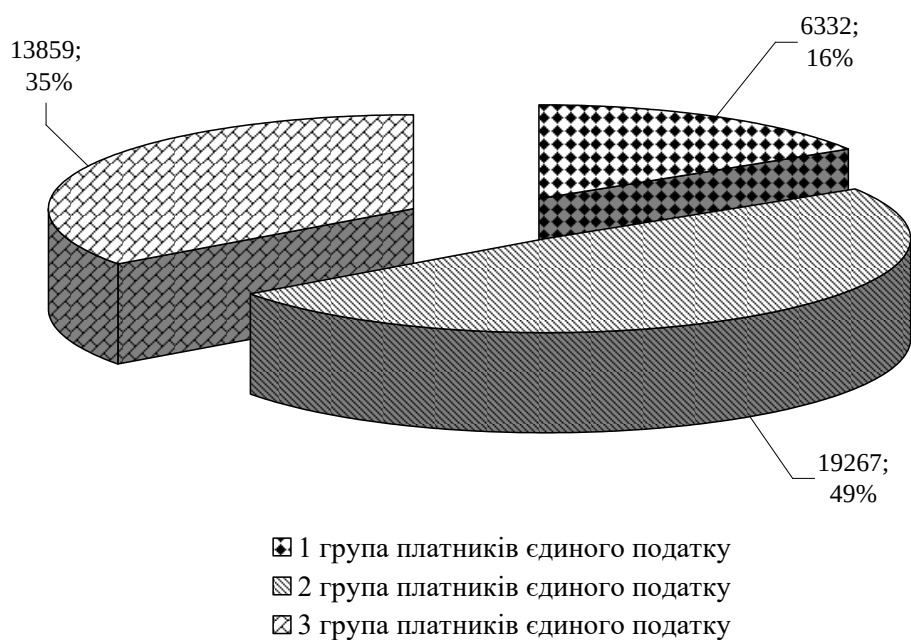


Рис. 1. Структура фізичних осіб – підприємців за групами платників єдиного податку у Полтавській області, станом на 1 липня 2019 р., осіб

Джерело: узагальнено автором за даними [54].

Таким чином, найбільша частка платників єдиного податку (49 %) обрали другу групу. Для підприємців цей варіант зручний. По-перше, відображення в обліку лише безготівкових оборотів по банківському рахунку за умови приховування готівкових надходжень, дозволяє занизити сукупний дохід та не вийти за межу дозволеного доходу за

⁵⁴ Понад 189 млн грн єдиного податку з фізичних осіб надійшло до бюджету Полтавщини. URL : <https://np.pl.ua/2019/05/ponad-189-mln-hm-iedynoho-podatku-z-fizychnykh-osib-nadiyshlo-do-biudzhetu-poltavshchyny>.

податковим кодексом для платника відповідної групи єдиного податку. По-друге, розмір єдиного податку є фіксованим та не залежить від доходу. Наприклад, за однакових умов діяльності відповідно по податкового законодавства та розміру отриманого максимально можливого доходу для платника другої групи фізична особа – підприємець має можливість прорахувати вигоду у економії на сплаті єдиного податку у 8,4 рази (табл. 3).

3. Економічне обґрунтування домінантного вибору другої групи єдиного податку фізичними особами – підприємцями

Показники	2 група єдиного податку	3 група єдиного податку
Максимальний дозволений дохід у рік за Податковий кодексом, грн	1500000,00	5000000,00
Кількість найманих працівників, осіб	до 10 осіб	
Умовний максимальний дохід в місяць, грн	125000,00	
Розмір єдиного податку в місяць, грн	834,60	6250,00
Розмір єдиного податку в рік, грн	10015,20	75000,00

Джерело: авторська розробка.

Платники єдиного податку першої і другої груп сплачують єдиний податок щомісячно авансом, проте не пізніше 20 числа поточного місяця. Такі платники єдиного податку можуть здійснити сплату єдиного податку авансовим внеском за весь податковий (звітний) період (квартал, рік), але не більш як до кінця поточного звітного року.

Платники єдиного податку першої і другої груп (а це виключно фізичні – особи підприємці), які не використовують працю найманих осіб, звільняються від сплати єдиного податку протягом одного календарного місяця на рік на час відпустки, а також за період хвороби, підтвердженої копією листка (листків) непрацездатності, якщо вона триває 30 і більше календарних днів.

У випадку, якщо на період відпустки або хвороби все ж були сплачені суми податку, вони підлягають зарахуванню в рахунок майбутніх платежів з цього податку за заявою платника єдиного податку.

У випадку, якщо платники єдиного податку першої чи другої групи у календарному кварталі перевищили максимальний обсяг доходу, то з наступного календарного кварталу вони повинні за заявою перейти на застосування ставки єдиного податку, визначеної для платників єдиного податку відповідної вищої групи, або ж відмовитися від застосування спрощеної системи оподаткування. Відповідно заява подається не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу. Окрім того, сума, що перевищує дозволений розмір доходу оподатковуватиметься за ставкою у розмірі 18 %.

Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку

першої та другої груп є календарний рік. Податковий (звітний) період розпочинається з першого січня і закінчується останнім календарним днем грудня відповідного року. Платники єдиного податку першої та другої груп подають до контролюючого органу податкову декларацію платника єдиного податку протягом 60 календарних днів, що настають за останнім днем звітного податкового року, в якій відображаються обсяг отриманого доходу та щомісячні авансові внески. Податкова декларація подається до контролюючого органу за місцем податкової адреси.

У відповідності до ст. 295.3 ПКУ платники єдиного податку третьої групи сплачують єдиний податок протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал.

Отже, звітним періодом для платників 3 групи є календарний квартал, а строк подання декларації – протягом 40 днів після закінчення кварталу. Тобто суб'єкт господарювання зобов'язаний сплатити податок протягом десяти днів після закінчення 40-денного строку, встановленого для подання декларації. Сплата єдиного податку платниками третьої групи здійснюється за місцем податкової адреси.

За перше півріччя поточного 2019 р. по Полтавській області до місцевого бюджету надійшло 554,1 млн грн єдиного податку, в тому числі 265,9 млн грн єдиного податку від з фізичних осіб – підприємців. У порівнянні із аналогічним періодом 2015 р. надходження збільшились податку до бюджету цілому та від підприємців зокрема збільшилось в 3,7 рази (табл. 4).

4. Надходження єдиного податку до бюджету Полтавської області, станом на 1 липня відповідного року, млн. грн

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2019 р. до 2015 р. у %
Єдиний податок - всього	148,1	233,5	366,5	452,1	554,1	в 3,7 р. б.
в тому числі: - з юридичних осіб	25,4	37,9	47,4	608,4	74,3	в 2,9 р. б.
- з фізичних осіб	93,7	136,7	221,7	265,9	346,1	в 3,7 р. б.
- з сільсько-господарських товаровиробників	28,9	58,9	97,4	125,3	133,7	в 4,6 р. б.

Джерело: узагальнено автором за даними [55].

Платники єдиного податку першої і другої груп ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів. Форма Книги обліку та порядок її ведення затверджені Наказом Міністерства Фінансів України № 579 від

⁵⁵ Звіт про виконання місцевих бюджетів. Полтавська область (зведений бюджет). Станом на 1 липня 2015–2019 рр. URL : <http://www.adm-pl.gov.ua/page/vikonannya-byudzhetu-oblasti-1>.

19.06.2015 р. [56]. Платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи – підприємці), які не є платниками ПДВ, ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів. В свою чергу платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи – підприємці), які є платниками ПДВ, ведуть Книгу обліку доходів та витрат. Для реєстрації Книги обліку доходів платники єдиного податку подають до контролюючого органу за місцем обліку примірник Книги (сторінки якої повинні бути прошиті та пронумеровані).

Систематизуючи дослідження практиків та вчених, чинну нормативно-правову базу, визначимо, що спрощена система оподаткування є оптимальним способом оподаткування доходів фізичних осіб – підприємців. Домінуючою у виборі підприємців залишається друга група єдиного податку. Вважаємо необхідним впровадити систему запобігання тінізації діяльності (наприклад у вигляді відкриття окремого фізичної особи – підприємця з «нульовими» оборотами замість оформлення трудового договору), мінімізації податків, які активно використовуються суб'єктами малого підприємництва.

2.2. Технологічна реструктуризація підприємства агропродовольчого сектору як умова підвищення його конкурентоспроможності

*Дячков Д. В., канд. екон. наук, доцент,
Вовк М. О.*

Полтавська державна аграрна академія

Одним з пріоритетних напрямів, щодо розвитку агропродовольчих підприємств є збільшення та удосконалення конкурентних переваг серед конкурентів. Підвищення рівня конкурентоспроможності передбачає удосконалення управлінських та виробничих можливостей агропромислового виробництва, що формує нові пріоритетні напрями розвитку, підвищення ефективності функціонування підприємств не лише на внутрішньому ринку, але й на зовнішніх ринках.

За даними Всесвітнього економічного форуму у Звіті про глобальну конкурентоспроможність 2017–2018 рр., Україна посіла 81 місце серед 137 досліджуваних країн, піднявшись в рейтингу на чотири позиції. За складовими показника, який характеризує ефективність ринків – ключового фактора на стадії інвестиційного зростання (індустріалізації) – Україна посідає 101 місце, 120 місце – за ефективністю фінансових ринків і 86 – за ефективністю ринку праці. Готовність до адаптації технологій та інновацій оцінена на рівні 81 місця.

⁵⁶ Про затвердження форм книги обліку доходів і книги обліку доходів і витрат та порядків їх ведення № 579 від 19 груд. 2015 р. : Наказ Міністерства Фінансів України. URL : <http://www.rada.gov.ua>.

При цьому за показником «Ринкові інституції» Україна посідає 118 місце, а за розвитком бізнесу – 90. Водночас, необхідно зазначити, що відповідно до індексу інноваційного розвитку, представленого агентством Bloomberg у 2018 р., Україна перебуває на 53 місці серед 60 досліджуваних країн. При цьому наша держава виявилася найгіршою за продуктивністю праці (60 місце), що свідчить про низький рівень застосовуваних технологій та виробництва товарів з низькою доданою вартістю, та потрапила до трійки аутсайдерів за технологічними можливостями – 58 місце [57].

Відповідно до наведеної динаміки глобальних індексів спостерігається незначне підвищення, щодо: зростання інвестиційної індустріалізації, ефективності товарних та фінансових ринків, що сприяє можливості підвищення конкурентоспроможності на державному та законодавчому рівнях аграрного виробництва.

Провідні економісти та аграрії зазначають, що формування та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в Україні належить до пріоритетних завдань національного економічного розвитку. Це обумовлюється винятковим значенням аграрного підприємства у забезпеченні сталого розвитку аграрного ринку, налагодженням зовнішньоекономічних зв'язків, забезпеченням продовольчої безпеки держави. Актуальність вирішення проблеми конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств посилюється фактором вступу України до світової організації торгівлі, оскільки лише конкурентоспроможні підприємства можуть виробляти продовольчу продукцію у відповідності до вимог міжнародних стандартів та використовувати переваги міжнародного співробітництва у сферах інвестування, кредитування, сертифікації, страхування, науково-технічному забезпеченні сільськогосподарського виробництва та реалізації продовольчих товарів [58].

В. Пішеніна та В. Костюк, які розглядають конкурентоспроможність як завдання досягнення та утримання високого рівня ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства на ринку, визначають необхідність не лише збереження внутрішнього потенціалу, забезпечення якості та асортименту для конкуренції продукції на досягнутому рівні, але й її підвищення, вихід на нові ринки шляхом зниження витрат на виробництво продукції чи надання послуг з метою залучення широкого кола споживачів. Зазначене досягається шляхом впровадження у практику господарювання сучасних організаційних, маркетингових та управлінських інструментів,

⁵⁷ Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, розроблено Кабінетом Міністрів України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80> (дата звернення: 01.10.2019 р.).

⁵⁸ Бурлака О. П., Бурлака О. А. Чинники формування конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2012. № 2. С. 23–26. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2012_2_6.

найновітніших досягнень у технологічних процесах [59].

Конкурентоспроможність підприємства агропродовольчої сфери (АПС) являє собою складний механізм здатності задовольняти потреби споживачів із мінімальними витратами на організацію технології виробництва якісної продукції.

С. Зоря досліджуючи взаємозалежність між сільським господарством та економічною ситуацією в Україні зазначає, що конкурентоспроможність обумовлює наявність у виробника [60]:

- здатності задовольняти вимоги споживачів продукції щодо своєчасності поставок та якості продукції;
- здатності задовольняти вимоги споживача як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку щодо ціни на продукцію;
- здатності ефективно використовувати наявні ресурси.

Відтак, базовими принципами оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є:

– комплексності – результати дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні об'єднувати оцінку ефективності процесу адаптації до змін умов функціонування, ступінь реалізації стратегічного потенціалу та конкурентні позиції підприємства відносно одного або декількох конкурентів, що які є базою для здійснення порівняння;

– причинно-наслідкового зв'язку – основою для оцінки рівня конкурентоспроможності та розробки відповідних рекомендацій можуть виступати лише результати системного аналізу впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням міжфакторних взаємозв'язків та обумовленого ними синергетичного ефекту;

– об'єктивності – результати дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні базуватися на повній та достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови його функціонування та відображати реальні конкурентні позиції суб'єкта господарювання;

– динамічності – основним завданням дослідження конкурентоспроможності є не статична оцінка фактичних конкурентних позицій підприємства на конкретний момент часу, а прогнозування їх змін та розробка на цій основі ефективних управлінських рішень;

– безперервності – процес дослідження та оцінки конкурентоспроможності, змін її рівня має носити безперервний характер (створення системи моніторингу ринку, чинників конкурентоспроможності, конкурентних позицій підприємства),

⁵⁹ Пішеніна Т. І., Костюк В. К. Концептуальні основи формування ефективного механізму конкурентоспроможності підприємств. *Економічні інновації*. 2014. Вип. 57. С. 305–314.

⁶⁰ Зоря С. І. Взаємозалежність між сільським господарством та макроекономікою в Україні : моногр. Київ : Київ. нац. екон. ун-т. 2005. 216 с.

оскільки дискретні оцінки не завжди дають можливість своєчасно зафіксувати стрибкоподібні зміни чинників конкурентоспроможності, оцінити можливі тенденції динаміки конкурентних позицій підприємства та своєчасно прийняти та реалізувати відповідні управлінські рішення;

- оптимальності – у відповідності до зазначеного принципу об'єктом дослідження є не лише рівень конкурентоспроможності, але і ступінь ефективності його досягнення, тому необхідною умовою є комплексна оцінка шляхів досягнення певних конкурентних позицій з урахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів регулюванню конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток та підтримку конкурентної переваги в майбутньому [61].

Є. Гринь досліджуючи проблемні питання, які стосуються політики розвитку агробізнесу в Україні в сфері захисту внутрішнього продовольчого ринку виділяє наступні основні негативні риси АПС України:

- упродовж років реформування вітчизняного АПС відбувається стабільне зниження рівня його ресурсного забезпечення, погіршуються умови технічного оновлення та модернізації матеріально-технічної бази, насамперед сільськогосподарського виробництва, зокрема різке скорочення обсягів використання сучасного машинно-тракторного парку, зерно- та кормозбиральної техніки, екологічнобезпечних ґрунтообробних машин тощо. Як наслідок, не дотримуються технологічні вимоги, агротехнічні строки проведення окремих видів польових робіт, знижується їх якість та, відповідно, врожайність вирощуваних культур;

- не відповідає технічним та ергономічним вимогам техніко-технологічне оснащення переробних підприємств, що зумовлює втрати сировини, стримує здійснення її глибокої переробки, розширення асортименту товарів;

- негативний вплив здійснює слабо розвинене сільськогосподарське й технологічне машинобудування, будівельна галузь в сільській місцевості [62].

Виходячи з вищезазначеного для підприємств АПС необхідно удосконалити процес технологічного переоснащення виробництва та створити умови для здійснення ефективного управління ним.

В. Гринькова та М. Салун зазначають, що організація виробництва оптимальне управління зазначеної предметної області дослідження є найважливішими чинниками прискорення науково-технічного прогресу.

⁶¹ Кулешова Г. М. Конкуренція і конкурентоспроможність в агропромисловому виробництві. *Економіка АПК*. 2008. № 3. С. 126–132.

⁶² Гринь Є. Л. Політика розвитку агробізнесу в Україні в напрямі захисту внутрішнього продовольчого ринку. *Актуальні проблеми державного управління*. 2009. № 1. С. 221–227. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2009_1_30.

Вони забезпечують найбільш повне й ефективне використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів підприємства, зниження собівартості й підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці й ефективності виробництва, істотне скорочення тривалості циклу «дослідження – проектування – виробництво – реалізація» і підвищення темпів відновлення продукції й технічного розвитку виробництва [63].

На думку О. Бурлаки проблемою залишається технологічне відставання сільськогосподарського виробництва України порівняно з розвинутими країнами світу. Україна за основними показниками ефективності виробництва: продуктивність праці, техніко-технологічна забезпеченість, енергоємність, урожайність сільськогосподарських культур, продуктивність худоби тощо. Водночас, значними темпами зменшуються технічні ресурси підприємств АПС, знижується рівень впровадження сучасних новітніх технологій, знижується ефективність системи фінансового забезпечення галузі [58].

Для більшості підприємств АПС необхідно удосконалити технологію виробництва сільськогосподарської продукції шляхом впровадження процесу технологічної реструктуризації на виробництві.

К. Гайдук та Г. Мерзлікіна відзначають, що технологічна реструктуризація – це інтеграція різних підприємств всередині одного виробничого комплексу в єдину структуру з метою створення безперервного технологічного ланцюга для виробництва і реалізації будь-якого виду продукції. За такої інтеграції є можливість знизити собівартість продукції (в тому числі споживаної на різних стадіях технологічного процесу), прискорити її реалізацію, варіювати її якість і технічні характеристики, а також оптимізувати грошовий оборот між організаціями-ланками технологічного ланцюжка [64]. Тому, процес технологічної реструктуризації на підприємстві необхідно здійснювати з урахуванням доцільності та специфіки виробництва сільськогосподарської продукції використовуючи науково-технічний прогрес.

Т. Дудар досліджуючи аспекти забезпечення якості сільськогосподарської продукції та продовольства у системі агробізнесу зазначає, що науково-технічний прогрес охоплює всі основні елементи виробничого процесу агропромислового виробництва та безпосередньо впливає на основні чинники, які формують якість продукції. До таких чинників належать: стан селекції, насінництва та племінної справи; кількість і якість засобів виробництва; технологія і організація виробництва; рівень стандартизації та сертифікації; система стимулювання, заготівель і транспортування продукції тощо. Здійснення виробництва на інноваційній основі сприяє вдосконаленню знарядь і предметів праці, а оцінка якості сільськогосподарської продукції здійснюється відповідно з

⁶³ Гринькова В. М., Салун М. М. Організація виробництва : навч. посіб. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2005. 552 с.

⁶⁴ Гайдук К., Мерзликін Г. Функциональная реструктуризация коммерческих организаций. *Проблемы теории и практики управления*. 2002. № 2. URL : http://vasilievaa.narod.ru/15_2_02.htm.

технічної, товарознавчої та економічної точок зору [65].

Сучасні умови господарювання підприємств АПС визначають необхідність забезпечення якості та безпечності продукції, що безпосередньо впливає на її конкурентоспроможність. Підвищення рівня якості й конкурентоспроможності продукції полягає у формуванні ефективної системи господарювання. Соціально-економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності продукції полягає передусім у тому, що високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди повніше задовольняє суспільно-соціальні потреби; підвищення якості продукції є специфічною формою вираження закону економії робочого часу; конкурентоспроможна продукція забезпечує фінансову стійкість підприємства та сприяє покращенню кінцевих фінансових результатів діяльності підприємства [66].

Важливу роль відіграє асортимент сільськогосподарської продукції. В разі невідповідності асортименту продукції споживчому попиту необхідно визначити основні чинники, які формують асортимент продукції аграрного підприємства. Л. Ю. Семенова зазначає, що до основних чинників, які визначають асортимент продукції підприємства, необхідність розширення і диверсифікацію його товарної номенклатури, належать:

- зміни, які відбуваються в товарному асортименті підприємств-конкурентів, оскільки останні виробляють аналогічну продукцію, проводять товарну політику і здійснюють роботу над оптимізацією товарної номенклатури, оновленням товарного асортименту для формування або утримання конкурентних позицій;

- зміни попиту на продукцію потребують чіткого управління діяльністю підприємства, визначення заходів товарної політики, які б дозволили протистояти «звуженню» ринку (наприклад, за рахунок диверсифікації і виходу на нові ринки) і ефективно використовувати розширення ринкових можливостей;

- оптимальність збутової мережі декількох видів продукції одночасно, що скорочує витрати обігу й привертає увагу оптових і роздрібних покупців, оскільки збільшується обсяг реалізації товарів у розрахунку на збільшення споживачів, здійснюється економія на рекламі, зменшується сукупний ризик [67].

Процес формування асортименту складний управлінський процес, який потребує комплексного та поступового вирішення вищезазначеної проблеми. Н. С. Кубишина розділяє процес формування асортименту на три основні частини:

⁶⁵ Дудар Т. Проблеми забезпечення якості сільськогосподарської продукції та продовольства у системі агробізнесу. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2014. Вип. 3. С. 37–48. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2014_3_6.

⁶⁶ Пономарьова О. С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2009. № 5. С. 8.

⁶⁷ Семенова Л. Ю. Конкурентоспроможність аграрних підприємств : монографія. Дніпропетровськ : Дніпроп. держ. фін. акад., 2013. 164 с.

внутрішній аналіз асортименту, який включає різні види дослідження наявного асортименту. Саме на основі наявних показників асортименту здійснюється розробка рішення щодо подальшого його удосконалення. Залежно від того, що визначено основним критерієм під час аналізу, можна використовувати методи оцінки споживчих переваг, методи визначення доцільності роботи з товаром в асортименті, методи портфельного аналізу в рамках якого продукція може бути розділена на групи, які дають можливість визначити основні напрями розвитку окремих товарних груп, виявити пріоритетні позиції асортименту, оцінити шляхи оптимізації його структури;

зовнішній (ринковий) аналіз, який передбачає:

аналіз ринкового попиту як основи формування виробничої програми;

дослідження тенденцій промислового ринку як способу визначення напрямку розвитку підприємства;

вивчення пропозиції конкурентів як елемент побудови конкурентоспроможного асортименту [68];

вибір стратегічних рішень та дій щодо асортименту в цілому та конкретних продуктів зокрема.

Для формування нового асортименту на підприємстві АПС одним із пріоритетних напрямів є показники якості, оскільки саме якість продукції зумовлює її подальшу конкурентоспроможність на ринку товарів народного споживання.

Якість сільгосппродукції оцінюють, зокрема, за такими показниками:

біологічні – придатність продукції до вживання в їжу; вміст макро- і мікроелементів, білка, вітамінів, цукру, жиру, тощо;

зовнішній вигляд;

технологічні – властивості продукції, які є важливими для переробки або виробничого використання в наступних циклах виробництва (сортова чистота, вологість, засміченість тощо);

транспортбельність – ступінь придатності до перевезення (клас, габарити вантажу, витрати коштів та часу тощо);

екологічність – екологічна чистота продукції та її придатність до споживання в їжу людьми, чи годівлі тварин (вміст у продукції нітратів, нітритів, пестицидів, радіонуклідів тощо);

естетичність – товарний вигляд продукції;

патентно-правові характеристики – можливість безперешкодної реалізації сільгосппродукції [69].

Таким чином, здійснення процесу технологічної реструктуризації

⁶⁸ Кубишина Н. С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2010/7_Mark/33_kpi_2010_7.pdf.

⁶⁹ Олексенко Р. І., Лопушанська Ю. О., Краскова І. О., Снежко С. С. Якість – запорука підвищення конкурентоспроможності продукції. *Ефективна економіка*. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1633>.

на підприємстві АПС створює нові можливості, щодо зміцнення конкурентних переваг на внутрішніх та зовнішніх ринках. Технологічна реструктуризація надає можливості щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

2.3. Організаційно-економічний потенціал підвищення конкурентоспроможності підприємств

Загребельна І. Л., канд. екон. наук,

Тандур К. М., Риндіна Ю. В.

Полтавська державна аграрна академія

Процес функціонування підприємства в ринковому середовищі згідно місії і цілям піддається впливу конкуренції. Успішна, ефективна діяльність підприємства в умовах конкуренції неможлива без конкурентних переваг. Відповідно, необхідним для підприємства є формування, збереження і вдосконалення рівня конкурентоспроможності на цільових ринках. Забезпечення останнього повинно здійснюватися за допомогою ефективних інструментів, зокрема, і оптимального механізму в цілому. Але формування оптимального механізму управління конкурентоспроможністю підприємства можливо тільки в разі вивчення та розуміння змісту подібного механізму, в тому числі і організаційно-економічного.

Розвиток економіки України залежить від вирішення широкого спектра взаємозалежних проблем, зокрема, техніко-економічних, організаційних і соціальних проблем, серед яких доцільно виділити проблему оцінки та формування потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Як показує практика, багато вітчизняних підприємств не готові до активного ведення конкурентної боротьби, виявлення і завоювання конкурентних переваг. Головними причинами, що призвели до таких змін є відсутність у підприємств ефективних управлінських і організаційно-економічних механізмів реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища

Підвищення потенціалу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств означає і підвищення вітчизняної економіки. Вже зрозумілий і не викликає сумнівів той факт, що без інновацій підвищити рівень потенціалу конкурентоспроможності підприємств є неможливим.

В сільськогосподарських підприємств сьогодні існує чимало проблем, зокрема, застарілі основні засоби виробництва, деградація потенціалу не сприяє стабільності конкурентоспроможного розвитку. У сучасних умовах господарювання під дією об'єктивних законів ринку,

відбувається значний відбір підприємницьких структур, проте як засвідчують дані статистики, у досліджуваному регіоні (Полтавська область), кількість діючих сільськогосподарських підприємств є відносно стабільним (табл. 1), що дає підстави стверджувати про стабільність їх економічного потенціалу забезпечення, а значить формування конкурентоспроможності.

1. Кількість діючих сільськогосподарських підприємств за організаційно-правовими формами господарювання у Полтавській області, 2013–2017 рр., од.

Організаційно-правова форма	Роки					2017 р. до 2013 р.,%
	2013	2014	2015	2016	2017	
Всього підприємств	2523	2514	2480	2443	2453	97,2
Господарські товариства	387	391	389	376	354	91,5
Приватні підприємства	201	190	189	188	169	84,1
Виробничі кооперативи	29	28	29	31	23	79,3
Фермерські господарства	1816	1849	1823	1804	1858	102,3
Державні підприємства	19	19	18	16	17	89,5
Підприємства інших форм господарювання	71	37	32	28	32	45,1

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Полтавській області.

Відповідно до даних, наведених в табл. 1, відбувається перерозподіл економічного ресурсного потенціалу між організаційно-правовими формами підприємств і тут необхідно виділити дві найбільш організаційно-неконкурентоспроможні форми – виробничі кооперативи і державні підприємства. Головна ознака такого висновку – динаміка зміни кількості підприємств різних організаційно-правових форм господарювання.

В той же час до категорії неконкурентоспроможних доцільно також віднести підприємства інших форм господарювання (зменшення кількості з 71 од. в 2013 р. до 32 од. в 2017 р.). Також значне скорочення спостерігаємо по приватних підприємствах (на 15,9 %, або на 32 од.) та виробничих кооперативів (на 20,7 %, або на 6 од.).

Отже, неберучі до уваги попередню оцінку організаційно-економічного потенціалу, насамперед економічного, як досить якісного, чинником конкурентоспроможності вважаємо ефект організаційно-правової форми. Зокрема, кооперативи, які здійснюють соціально-трудову функцію і державні підприємства – уповноважені на виробництво державою, нездатні конкурентоспроможного господарювати навіть за наявного в них достатнього потенціалу.

Економічний потенціал конкурентоспроможності організаційно-правової форми господарювання особливо проявляється в нестабільних ринкових умовах і ключове – це відношення до власності. В зазначеному випадку він є всеохоплюючим за значимістю, включає організаційно-

правові засади, відношення до власності на засоби виробництва, предмети праці, а також критерії відповідальності. Цим ми аргументуємо тенденцію росту економічного потенціалу конкурентоспроможності фермерських господарств та відносну стабільність господарських товариств.

В 2017 р. найбільша кількість сільськогосподарських підприємств була зосереджена в Глобинському (256), Полтавському (182), Кобеляцькому (176), Козельщинському (166), Великобагачанському (137), Кременчуцькому (104), Лохвицькому (104), Чутівському (104) та Лубенському (102) районах. Найменша кількість таких підприємств знаходиться в районах – Чорнухівський, Котелевський, Оржицький, Шишацький, Миргородський та Диканський. Напевне, таке становище є наслідком послабленої уваги держави до розвитку фермерського господарства у регіонах (рис. 1).



Рис. 1. Кількість діючих сільськогосподарських підприємств в Полтавській області за районами у 2017 р., од.

Джерело: сформовано даними Головного управління статистики у Полтавській області [70].

⁷⁰ Статистичний щорічник Полтавської області за 2017 рік Головне управління статистики у Полтавській області ; відп. за вип. Безхлібняк Л. М. Полтава, 2018. 350 с.

Найважливішою, ключовою складовою економічного потенціалу формування конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства є земля. За статистичними даними, у 2017 р. посівні площі в суб'єктів господарювання Полтавської області становили 2164,2 тис. га, що, зокрема, менше на 60,7 тис. га ніж було у 2013 р.

В економічному потенціалі формування конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств сформувався відповідний розподіл земельних угідь, структурований у розрізі організаційно-правових форм господарювання (рис. 2).

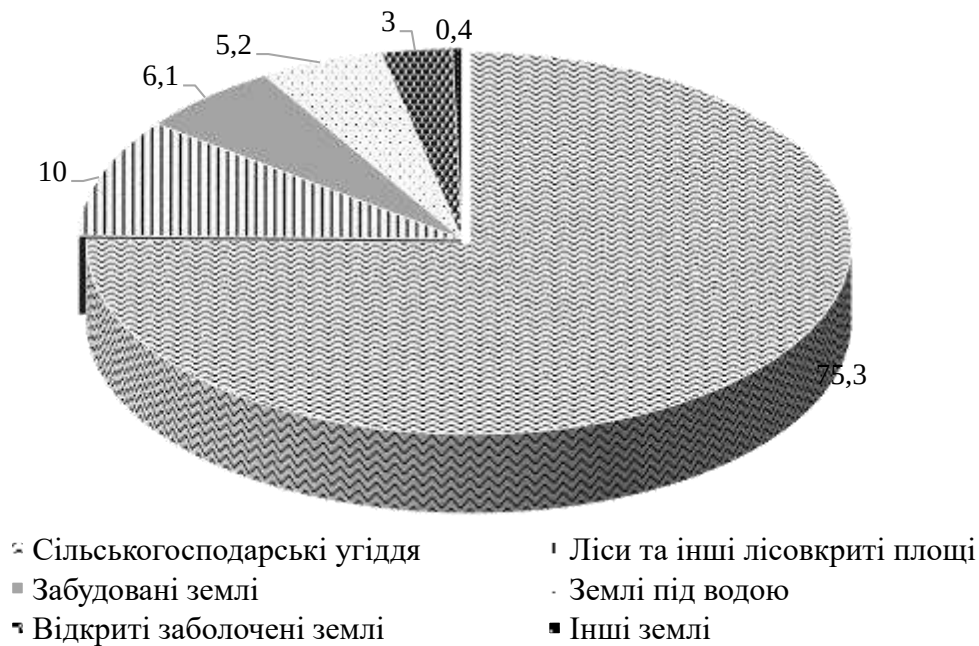


Рис. 2. Структура земельного фонду Полтавської області, 2017 р.

Джерело: сформовано за даними Головного управління статистики у Полтавській області.

Одним із найбільш важливих активів України є земельні ресурси Полтавської області. Зокрема, в структурі земельного фонду Полтавської області станом на 2017 р. 75,3 % займають землі сільськогосподарського призначення. Ліси та інші лісовкриті площі займають 10,0 % від загальної території, забудовані землі – 6,1 %, землі під водою – 5,2 %, відкриті заболочені землі – 3,0 % та інші землі – 0,4 %. (рис. 2). При цьому спостерігається стабільне скорочення сільськогосподарських земель.

Зокрема, в 2017 р., порівняно з 2013 р., частка земель сільськогосподарського призначення скоротилась на 60,7 тис. га. В той же час землі лісів та інших лісовкритих площ, а також забудованих земель розширюються на 2,8 тис. га та 57,3 тис. га відповідно.

Сутність ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства полягає в наявності взаємопов'язаних ресурсів, необхідних для виробництва продукції, та здатності працівників підприємства

застосовувати їх для виробництва та реалізації продукції з метою отримання прибутку. Саме обсяг земельних, матеріальних, трудових, нематеріальних та фінансових ресурсів наявних у розпорядженні підприємства і визначають величину ресурсного потенціалу [71].

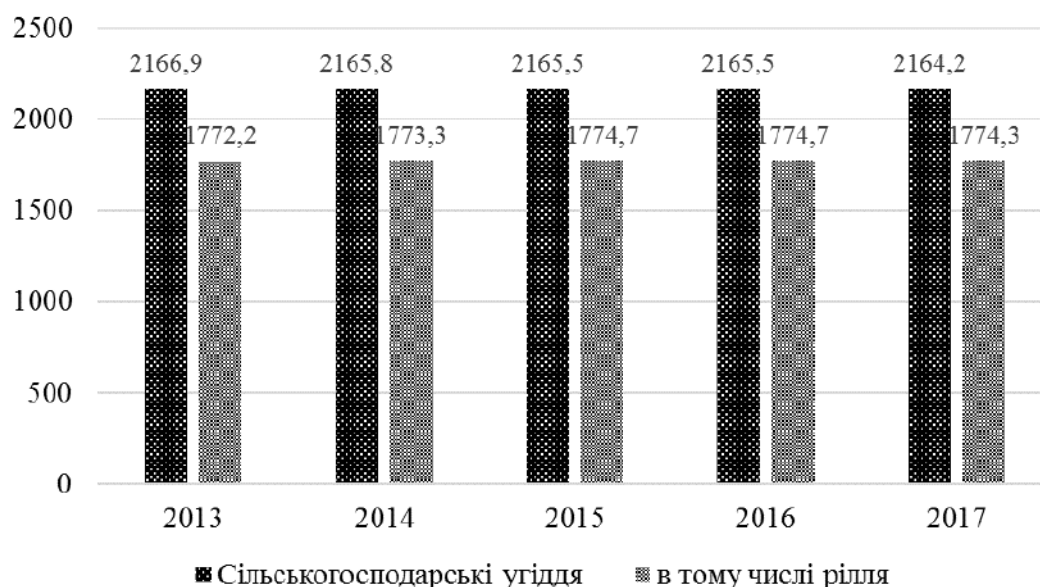


Рис. 3. Динаміка землекористування сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2005–2017 рр., тис. га

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики у Полтавській області.

Економічну ефективність сільськогосподарського виробництва визначають на різних рівнях. Зокрема, виділяють економічну ефективність виробництва, окремих галузей сільського господарства, виробництва в сільськогосподарських підприємствах різних форм власності, їх об'єднаннях та внутрішньогосподарських підрозділах, виробництва окремих культур, продуктів, послуг, впровадження у виробництво інноваційних технологій. Залежно від цього використовують різні економічні показники. Про основні економічні результати діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області за 2013–2017 рр. свідчать дані табл. 2.

Аналізуючи дані табл. 2 відмітимо, що рівень рентабельності операційної діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області в 2017 р., порівняно з 2013 р., знизився на 2,6 %, при цьому чистий прибуток підприємств зріс на 3050,2 млн грн, або на 166,6 %.

Також за досліджуваний період збільшилася кількість підприємств, які одержали чистий прибуток з 78,6 % в 2013 р., до 84,4 % в 2017 р., фінансовий результат зріс на 3478,7 млн грн. Негативна тенденція спостерігається щодо скорочення кількості найманих працівників з 46,2 тис. осіб до 42,3 тис. осіб.

⁷¹ Охріменко І. В. Роль та напрями економічної роботи в сільськогосподарських підприємствах. Дослідження з економіки у 2018 році. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. С. 68–71.

2. Основні показники діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області, 2013-2017 рр.

Показники	Роки					2017 р. до 2013 р., (±)
	2013	2014	2015	2016	2017	
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	19,6	37,0	65,7	37,7	17,0	-2,6
Чистий прибуток (збиток), млн грн	1831,1	4443,9	16370,2	11240,0	4881,3	3050,2
Підприємства, які одержали чистий прибуток						
відсотків до загальної кількості	78,6	84,2	90,7	90,0	84,4	+5,8
фінансовий результат, млн грн	2341,6	5567,4	16911,0	11758,3	5820,3	3478,7
Підприємства, які одержали чистий збиток						
відсотків до загальної кількості	21,4	15,8	9,3	10,0	15,6	-5,8
фінансовий результат, млн грн	510,5	1123,5	540,8	518,3	939,0	428,5
Кількість найманих працівників, тис. осіб	46,2	47,6	45,0	46,5	42,3	-3,9

Говорячи про необхідність переходу на інноваційний шлях розвитку сільськогосподарських підприємств, необхідно відзначити, що інноваційна діяльність на будь-якому рівні господарського управління вимагає значних фінансових вкладень (табл. 3).

3. Капітальні інвестиції у сільське господарство Полтавської області, 2013–2017 рр.

Показники	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
Усього інвестицій, млн грн	9536,3	8827,8	8337,9	15265,2	15855,6
в т. ч. сільське, лісове та рибне господарство	1852,7	1578,3	2020,6	3602,8	4790,3
в % до усього	19,4	17,9	24,2	23,6	30,2
темپ приросту, %	117,3	85,2	128,0	178,3	133,0
Кількість сільськогосподарських машин та обладнання, тис. шт.	14,2	14,3	13,5	13,9	13,4
Припадає тракторів на 100 га ріллі, шт.	8	8	7	8	8
Навантаження ріллі на один трактор, га	170,6	169,5	179,8	173,7	178,1

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Полтавській області.

У 2017 р. обсяги інвестицій в сільське, лісове та рибне господарство досягли найвищого рівня в вартісному і структурному вимірі. Однак, не досягнутий високий рівень темпу приросту порівняно з 2016 р. В той же час спостерігаємо зменшення кількості сільськогосподарських машин та обладнання з 14,2 тис. шт. в 2013 р. до 13,4 тис. шт. в 2017 р. та збільшення навантаження ріллі на один трактор

з 170,6 га до 178,1 га.

В сучасних умовах господарювання необхідно створювати сприятливі умови для фінансування іноземними інвесторами та виділяти більше коштів з бюджету України. Оскільки без достатніх інвестицій в інновацію неможливо збудувати потужну аграрну країну в часи економічної нестабільності.

Сільськогосподарські підприємства, що упроваджують в виробничий процес технологічні новації, повинні мати високий рівень ресурсозабезпеченості, на що впливає фінансова складова підприємств і залучення сторонніх інвестицій (приватних чи державних). Внаслідок цього, в підприємствах спостерігається тенденція щодо збільшення обсягів виробництва продукції швидшими темпами, ніж матеріальних витрат.

Встановлено, що для отримання ефекту від інновацій в сільському господарстві витрати на реалізацію інноваційних проектів мають бути вищі у 100 разів від отриманих результатів фундаментальних досліджень. Звідси співвідношення – фундаментальні дослідження: дослідно-конструкторські розробки: промислове освоєння має набувати такого вигляду – 1:10:100. Проте в Україні найменшими фінансовими ресурсами для впровадження інновацій відзначаються високотехнологічні та наукоємні виробництва [72].

Отже, конкурентний потенціал є відкритою багатоелементною динамічною системою, яка включає в себе можливості, компетенцію, інноваційність та ресурси внутрішнього середовища підприємства, і спрямовується на отримання конкурентних переваг підприємством в умовах мінливості зовнішнього середовища, яке ефективному використанні ресурсів забезпечить підприємству досягнення поставлених цілей та завдань у довготерміновому та короткотерміновому періоді.

Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства передбачає застосування системи сенсорних, організаційних та економічних засобів своєчасного впливу на ефективність роботи підприємства з метою підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Кількість сільськогосподарських підприємств, як в Україні, так і в Полтавській області зменшується, адже відбувається поглинання слабких суб'єктів господарювання економічно міцними, що означає укрупнення потенціалу. Вищий за якістю економічний, ресурсний потенціал господарств, це перш за все стосується якості землі, звідси вищий рівень загальної конкурентоспроможності. Аналіз ефективності господарської діяльності сільськогосподарських підприємств показав, що підприємницькі структури господарюють відносно ефективно з точки зору загальногосподарських економічних результатів.

⁷² Герасимів З. Проблеми сталого розвитку сільських територій. *Наукові записки*. 2009. № 1. С. 150–156.

2.4. Електронна торгівля: організаційні та облікові аспекти

Лега О. В., канд. екон. наук, доцент,

Прийдак Т. Б., канд. екон. наук,

Яловега Л. В.

Полтавська державна аграрна академія

Сучасна епоха характеризується стрімким розвитком інновацій, а їх активне впровадження модифікує економічні процеси та є причиною виникнення нового типу виробництва, розширення кордонів економічної взаємодії у глобальному просторі [73]. Це спричинило появу нового виду бізнесу – електрона торгівля, що активно поширюється і набуває нових рис та ознак у межах свого постійного розвитку. Підприємства електронної торгівлі мають можливість постійно покращувати свою конкурентоспроможність завдяки широкому вибору товарів і послуг, що пропонуються кінцевому споживачеві; а також «зменшенню відстані» між виробником і кінцевим споживачем шляхом використання нових підходів до ведення бізнесу [74].

Аналіз здійснених в останні роки наукових досліджень стосовно функціонування електронного бізнесу виявив актуалізацію вченими наступних питань:

- Н. С. Меджибовська досліджуючи рівень використання інструментів електронного бізнесу (далі – е-бізнес) на вітчизняних промислових підприємствах, встановила їх відставання від суб'єктів господарювання інших сфер діяльності. Автор зауважує, що основними ознаками критичної ситуації є відсутність у господарюючих суб'єктів власного Web-сайту щодо ведення бізнесу, або неякісне його використання. Як наслідок, гальмування поширення інформації щодо їх діяльності через соціальні мережі. На думку автора, для вирішення окреслених проблем необхідні молоді креативні фахівці з відповідними компетентностями в галузі інноваційних методів ведення бізнесу [75];

- наукові дослідження Г. В. Юрчук ґрунтуються на комплексному аналізі розвитку систем е-бізнесу та визначення перспективних напрямів їх застосування в Україні. Заслужовують на увагу пропозиції автора щодо створення фінансового супермаркету для якісно нового рівня обслуговування клієнтів із скороченням витрат, а також стратегія створення електронних торгових майданчиків [76];

⁷³ Канцедал Н. А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. *Облік і фінанси*. 2019. № 1 (83). С. 28–34. URL : [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-28-34](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-28-34).

⁷⁴ Чижевська Л. В. Розрахункові операції на підприємствах електронної комерції: обліковий аспект. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. Економіка*. 2017. № 7 (35). С. 120–124.

⁷⁵ Меджибовська Н. С. Електронний бізнес промислових підприємств: сучасний стан і напрямки вдосконалення. URL : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1458/1/Електронний%20бізнес%20промислових%20підприємств%20сучасний%20стан%20і%20напрямки%20вдосконалення.pdf> (дата звернення: 14.09.2019).

⁷⁶ Юрчук Г. В. Розвиток фінансових послуг на основі систем електронного бізнесу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Суми, 2003. 23 с. URL : http://uabs.edu.ua/images/stories/sc_autoref/2003/2003_01_ken.pdf

- І. П. Ситник у своїй праці дослідив процес організації ведення електронного документообороту з використанням системи АСКО. Автор визначив основні його переваги, зокрема: додаткові функції, пов'язані з взаємовідносинами з клієнтами, договорами, послугами; система маршрутизації; контроль доступу, гарантія збереження конфіденційності тощо [77];

- наукові праці Г. Л. Калинич присвячені маркетингу в е-бізнесі. Автор окреслив першочергові завдання електронного маркетингу з-поміж яких: створення контенту, використання інноваційних комунікаційних інструментів; формування партнерських відносин ефективної взаємодії, що стають основою інтеграції інтелектуальних та інформаційних ресурсів та є головними чинниками розвитку ринкових відносин; зниження витрат діяльності (спрощення бізнес-процесів, прискорення реакції на запити клієнтів, можливість працювати з великою кількістю контрагентів) [78];

- К. В. Ковтуненко у своїх наукових дослідженнях доводить, що е-бізнес є складовою інформаційної економіки та новою моделлю інтеграції в економічній діяльності. На думку автора, основною метою е-бізнесу є підвищення ефективності наявних або сприяння розвитку нових сегментів діяльності господарюючого суб'єкта та отримання стабільного економічного ефекту [79];

- проведені дослідження І. А. Касатонової та В. Ю. Онісіфорової доводять, що е-бізнес є перспективною формою розвитку сучасних економічних відносин. Авторами визначено основні фактори зниження витрат в умовах е-бізнесу, зокрема: за рахунок витрат на оренду приміщень; рекламу; зовнішні та внутрішні комунікації; закупівлю товарів і послуг тощо [80];

- обліковим аспектам е-бізнесу присвячена монографія «Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу» В. А. Кулик В якій автор розглядає як теоретичні, так і практичні засади бухгалтерського обліку підприємств е-бізнесу, зокрема, визначає особливості організації й методики бухгалтерського обліку господарської діяльності онлайн-магазинів та висвітлює потенційні напрями розвитку професійних компетенцій бухгалтерів [81];

(дата звернення: 14.09.2019).

⁷⁷ Ситник І. П., Мельниченко А. І. Системи електронного документообігу в електронному бізнесі. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. Вип. 4. С. 174–178.

⁷⁸ Калинич Г. Л. Суть та особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі. *Проблеми економіки та управління*. 2010. № 683. URL : http://vlp.com.ua/files/1_2_zmist_683.pdf (дата звернення: 14.09.2019).

⁷⁹ Ковтуненко К. В., Танащук К. О. Електронний бізнес як складова інформаційної економіки. *Проблеми і перспективи інновац. розвитку економіки в контексті інтеграції України в Європ. науково-інновац. простір* : матеріали конф., 15–16 верес. 2016 р. 2016. С. 60–64.

⁸⁰ Касатонова І. А., Онісіфорова В. Ю. Електронний бізнес: фактори зниження витрат та економічна безпека. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2013. № 1. С. 53–57. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2013_1_12 (дата звернення: 14.09.2019).

⁸¹ Кулик В. А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2017. 344 с.

- метою дисертаційного дослідження А. С. Крутової є розробка теоретичних та практичних положень бухгалтерського обліку в системі електронної торгівлі. Заслужують на увагу пропозиції автора щодо: оцінки економічної ефективності з використанням інтегрованого показника, який включає особливості ведення економічної діяльності в мережі Інтернет та показників ефективності маркетингової та інвестиційної діяльності; доповнення технічної частини облікової політики суб'єктів е-торгівлі положення з організації контролю безпеки інформаційних активів підприємства; моделей інформаційної системи е-торгівлі (презентації товару, замовлення, електронні платежі, виконання замовлення, обслуговування покупців, збір даних, їх обробка, бухгалтерський облік й аналіз) [82].

У ході вивчення першоджерел виявлено, що тематика е-бізнесу є наразі досить актуальною, проте в економічній літературі недостатньо уваги відводиться організаційним та обліковим аспектам електронної торгівлі. Відтак, електронна торгівля, як і будь який вид діяльності суб'єктів господарювання, є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування. До основних складових об'єкту обліку е-торгівлі належать: витрати на створення сайтів і презентацію товару; формування електронних договорів; приймання замовлення; електронні платежі в різних формах; здійснення операцій щодо виконання замовлення і т.д. Всі означені господарські операції реєструються у хронологічному порядку, підлягають обробці та відображенню на рахунках бухгалтерського обліку, що є підставою для складання фінансової звітності [83].

Стандартами GOMSEC (Global Online Measurement Standard for E-commerce) визначено дозволений асортимент товарів, що реалізуються у сфері е-бізнесу (B2C), зокрема: одяг, взуття, аксесуари, спортивні товари, іграшки, продукти харчування, тютюнові вироби, косметика та засоби догляду, електронна техніка, мобільні телефони та аксесуари до них, товари для дому й саду, медіа та інше. До послуг включено квитки на масові заходи, авіаквитки, бронювання готелів, туристичні послуги [79]. Проте, є наступні товари (послуги), що не включені до е-бізнесу (B2C): азартні ігри та гральний бізнес онлайн; будинки та нерухомість; кредити; кредитні карти; овердрафти; іпотеки; комунальні послуги розваги для дорослих; операції між підприємствами (B2B); ощадні рахунки; фонди; акції; облігації; страхування життя; пенсії; угоди між приватними особами/споживачами (C2C) [79].

Учасниками відносин у сфері інтернет-торгівлі є:

- суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми (приватне підприємство, мале підприємство, товариство з

⁸² Крутова А. С. Методологія та організація бухгалтерського обліку в сфері електронної торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук. Київ, 2011. 31 с.

⁸³ Лега О. В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 43. С. 161–166.

обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство тощо), які реалізують товари (виконують роботи, надають послуги) з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем;

- підрядники, що надають послуги проміжного характеру в інформаційній сфері;

- покупці товарів або замовники робіт чи послуг [84].

Учасниками інтернет-торгівлі є продавець і покупець, взаємовідносини між якими регулюються договором. Розділом III «Порядок вчинення електронних правочинів» Закону України «Про електронну комерцію» [85] визначено сутність електронних договорів (далі – е-договір), що є домовленістю двох або більше сторін, яка спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов’язків та порядок їх укладання.

Основою для укладання е-договору є пропозиція, що може бути надіслана конкретній особі або розміщена в мережі Інтернет чи інших інформаційно-телекомунікаційних системах. Пропозиція адресована невизначеному колу осіб формує публічний договір, за яким суб’єкт господарювання зобов’язується здійснювати продаж товарів (виконання робіт, надання послуг) кожному покупцю (замовнику) якого вона зацікавить. Умови публічного договору є однаковими для всіх споживачів, окрім тих, кому надані пільги відповідно до чинного законодавства. Основні етапи укладання е-договору наведено на рис. 1.

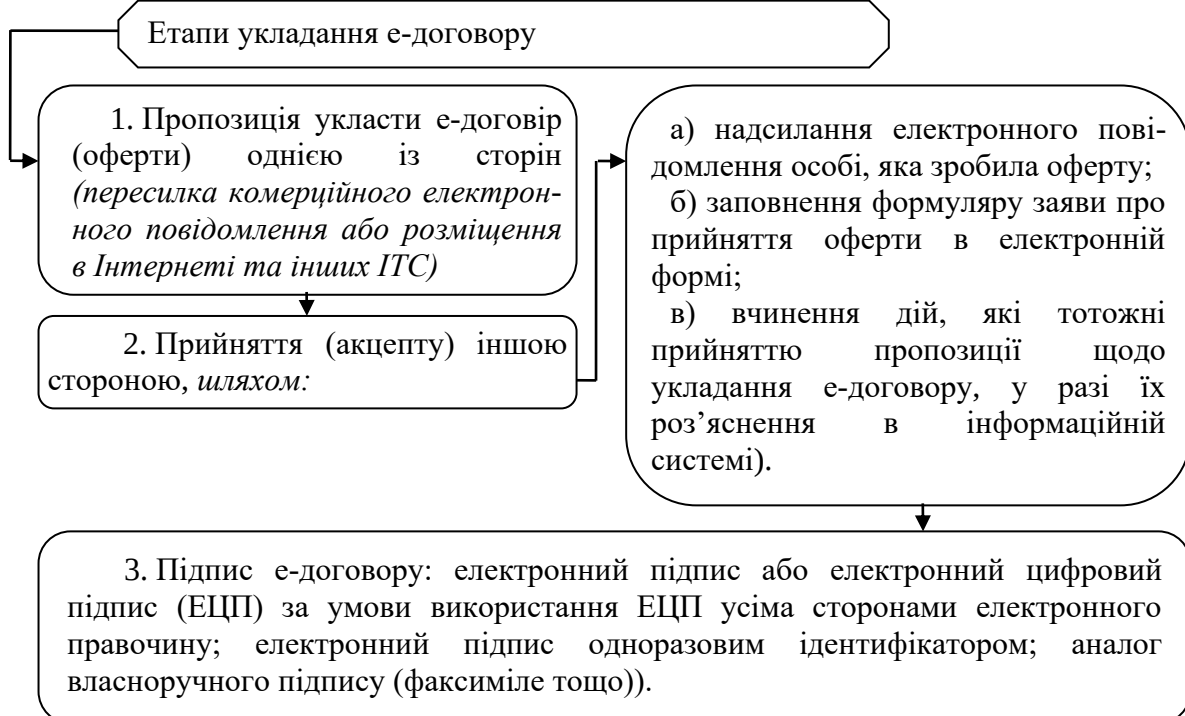


Рис. 1. Етапи укладання електронного договору

⁸⁴ Асадчев Ю. Особливості електронних договорів згідно Закону України «Про електронну комерцію». URL : https://zib.com.ua/ua/122670-osoblivosti_elektronnih_dogovoriv_zgidno_zakonu_ukraini_pro_.html (дата звернення: 10.07.2019).

⁸⁵ Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення: 07.07.2019).

У випадку порушення виконавцем умов е-договору, споживач має право пред'явити позов у місцевий суд (ч. 5 ст. 110 ЦПК), при цьому письмовим доказом є е-договір. При формуванні замовлення обирають спосіб доставки. У більшості випадків інтернет-магазини пропонують обрати зручний варіант, не обмежуючи споживачів. До них належить:

1. Отримання товару в магазині (складі, офісі). Для продавця цей спосіб не супроводжується додатковими витратами, оплата проводиться на місці готівкою, або пред'являється чек про часткову (повну) оплату. Право на товар переходить споживачу. У бухгалтерському обліку така операція супроводжується кореспонденцією рахунків: Дт 301 Кт 702; Дт 702 Кт 641; Дт 902 Кт 28.

2. Доставка товару кур'єром в обумовлене покупцем місце. Можливі два варіанта:

- в інтернет-магазині працює власна служба доставки, що супроводжується витратами на оплату праці, єдиний соціальний внесок тощо. Кореспонденція рахунків: а) передача товару для доставки: Дт 2822 Кт 281; б) товар було доставлено безпосередньо споживачу, кур'єр готівку здає до каси: Дт 301 Кт 702; в) відображено податкове зобов'язання з податку на додану вартість Дт 702 Кт 641; г) списано собівартість реалізованого товару Дт 902 Кт 2822; д) нараховано заробітну плату працівникам служби доставки: Дт 93 Кт 661; е) нараховано єдиний соціальний внесок Дт 93 Кт 651 (22 %); є) відображено підтверджені документально інші витрати для забезпечення діяльності служби доставки: Дт 93 Кт 372;

- залучення служби доставки супроводжується кореспонденцією рахунків: а) передано товар залученій організації з доставки товарів (вантажів): Дт 2822 Кт 281; б) згідно рахунку нарахована оплата за послуги Дт 93 Кт 631; в) відображено податковий кредит з ПДВ Дт 641 Кт 631; г) надано підтверджуючий документ (звіт, акт тощо) щодо доставки товарів Дт 361 Кт 702; д) відображено податкове зобов'язання з ПДВ: Дт 702 Кт 641; е) перераховано на поточний рахунок оплату за товар Дт 311 Кт 361.

3. Доставка товару поштою, або іншою транспортною організацією. В обліку господарські операції необхідно відобразити наступним чином: а) передача товару для пересилання: Дт 2822 Кт 281; б) при пересиланні поштою, підтвердженням слугує документ, що підтверджує факт пересилання, зокрема, квитанція, чек тощо: Дт 361 Кт 702, кошти отримують після пересилання товару та його отримання Дт 311 Кт 361; якщо товар було доставлено безпосередньо споживачу; в) відображено податкове зобов'язання з податку на додану вартість Дт 702 Кт 641; г) списано собівартість реалізованого товару Дт 902 Кт 2822. Алгоритм здійснення інтернет-торгівлі та її облікового забезпечення представлено на рис. 2.

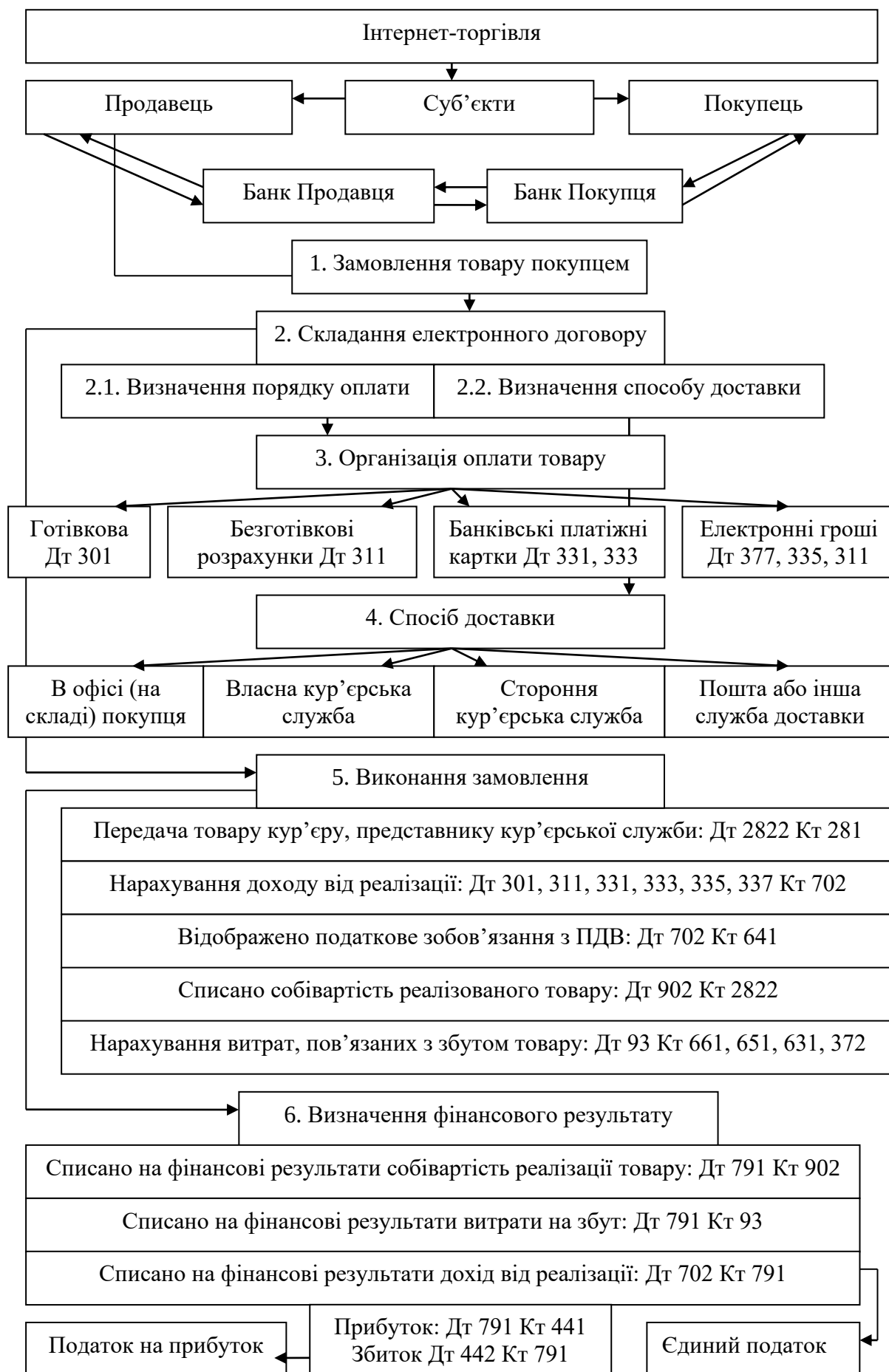


Рис. 2. Алгоритм здійснення інтернет-торгівлі

Джерело: розроблено авторами.

Інтернет-магазини для розрахунків пропонують декілька способів оплати, розглянемо їх види, особливості та відображення в обліку (рис. 3).

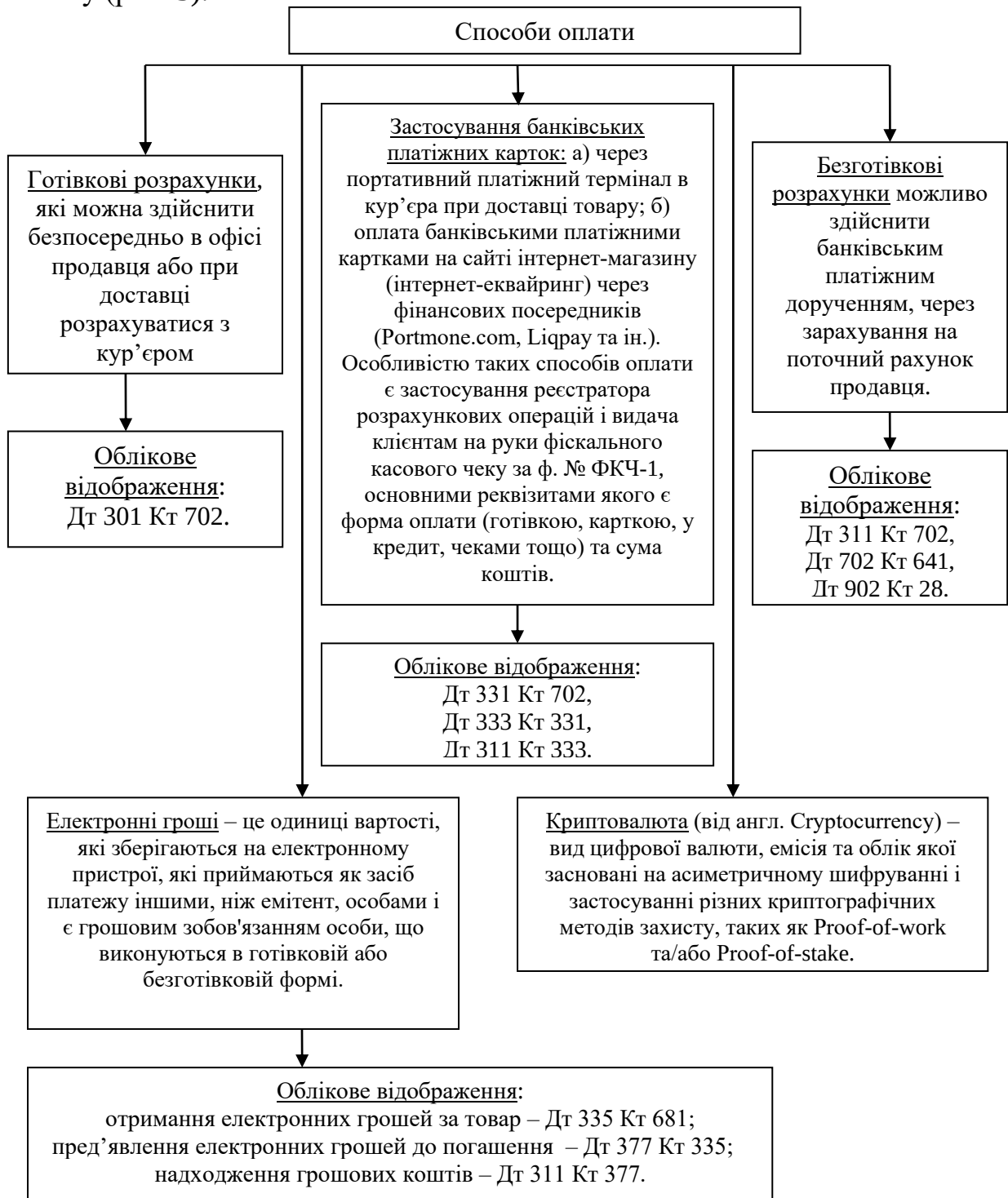


Рис. 3. Способи оплати: види, особливості та відображення в обліку
Джерело: дані [86].

Одне з основних завдань, яке стоїть перед електронною торгівлею – це створити всі умови для того, щоб покупець швидко міг розрахуватись

⁸⁶ Про платіжні системи та переказ грошей : Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14/card2#Card> (дата звернення: 12.07.2019).

за замовлення. Необхідно запропонувати користувачам декілька способів оплати, щоб вони могли вибрати для себе оптимальний. Процедура розрахунку повинна бути простою, миттєвою і безпечною.

Недосконала законодавча база, що стосується обліку електронних грошей та криптовалюти гальмує розвиток ринку електронних платежів та електронної комерції. Розвиток системи електронних грошей в Україні стримується заборобою приймати їх суб'єктами господарювання, що перебувають на спрощеній системі оподаткування.

Податковий кодекс України зазначає, що розрахунки між такими особами можливі тільки у грошовій формі тобто готівковій чи безготівковій. Отже, ринок електронних грошей залишається закритим для значної частини фізичних – осіб підприємців, які здебільшого є платниками єдиного податку [74].

Стосовно, криптовалюти сьогодні не існує єдиного, визнаного у світі її визначення, яке б однозначно розкривало сутність та економічну природу цього поняття. Отже, поняття та облік криптовалюти залишаються невисвітленими у правовому полі.



Рис. 4. Особливості оподаткування суб'єктів е-бізнесу

До об'єктів оподаткування належать операції щодо реалізації, нарахування заробітної плати працівникам, нарахування податку

залежно від обраної системи оподаткування. Юридичні чи фізичні особи-підприємці, які є суб'єктами eCommerce, згідно чинного законодавства можуть самостійно обрати спрощену або загальну систему оподаткування.

Особливості застосування систем оподаткування учасників е-бізнесу наведено на рис. 4.

Узагальнюючи дані рис. 4, зауважимо, що платники єдиного податку II групи можуть продавати товари через Інтернет-магазин будь-яким покупцям, однак надавати послуги по доставці товару, вони мають право виключно іншим платникам єдиного податку чи населенню [73]. Водночас, інтернет-магазини, залежно від обраної системи оподаткування можуть бути також платниками ПДВ (20 %), податку на доходи фізичних осіб (18 %), військового збору (1,5 %) тощо.

Відтак, оцінюючи діяльність у сфері е-торгівлі можна виокремити переваги та недоліки, як власників так і споживачів (табл. 1).

1. Основні переваги та недоліки інтернет-торгівлі

Переваги	Недоліки
<i>Власники інтернет-магазинів</i>	
Доступ до віддалених ринків	Залучення клієнтів
Широке коло споживачів	
Зниження витрат на утримання магазину за рахунок витрат на утримання приміщень, орендної плати, оплати праці	При низькій клієнтській базі зростають витрати на рекламу. Якщо однією з форм оплати є накладний платіж, є ризик повернення товару або клієнт відмовляється від товару, витрати на повернення покладаються на власника товару. Ризик підміни товару або його складових при його огляді споживачем. Неякісний товар повертається до продавця, при цьому він же оплачує витрати на повернення.
Цілодобова торгівля	Хакерські атаки, зламані сторінки Неякісне програмне забезпечення або помилки в ньому. Відсутність інтернету.
Взаємодія, спілкування, підтримка споживачів в режимі on-line	
Раціональний розподіл робочого часу	
Товар захищений від розкрадання	
<i>Споживач</i>	
Зручність, швидкість	Менша надійність
Заощадження за рахунок більш низьких цін, порівняння цін для вибору найнижчої, вигідні ціни для оптової закупівлі	Неможливість доторкнутися до товару. На фото не видно якості. Опис на фото не завжди відповідає дійсності.
Широкий асортимент товару, який можна вибирати не виходячи з дому, відсутність черг і економія часу	Розмір одягу, взуття може бути нестандартний, тому не завжди отримуєш речі, які підходять споживачу. Отримання неякісного товару, при цьому в умовах покупки вказують що товар поверненню не підлягає.

Переваги	Недоліки
Придбання товарів, важкодоступних в традиційних магазинах, ексклюзивні товари, які продаються тільки онлайн, товари від бренда	
Доступ 24 години на добу	Не завжди покупець пропонує продавцю вибір способу оплати. Оплата можлива: накладним платежем (якщо товар не підходить споживачу, він може не забирати його), передоплата 100–150 грн; повна передоплата (найбільші ризик, оскільки є можливість потрапити на шахраїв або невідповідальних продавців, неякісний товар або розмір, який не підходить, при цьому умова неповернення товару).
<u>Відсутність нав'язливого сервісу</u>	
<u>Свобода вибору способу оплати</u>	

Джерело: узагальнено авторами на підставі [87], [88].

Підприємства електронної торгівлі націлені на здійснення діяльності, до якої залучені постачальники та покупці з різних країн. Тому використання Міжнародних стандартів фінансової звітності для таких підприємств є доцільне та економічно обґрунтоване [74]. За результатами дослідження встановлено, що усі традиційні елементи методу бухгалтерського обліку залишаються актуальними у бухгалтерському обліку підприємств е-торгівлі та мають значний потенціал розвитку.

На просторах нашої держави електронний бізнес розвивається неквапливо, порівняно із світовими темпами зростання, оскільки купівельна спроможність українців є нижчою, у порівнянні із багатьма країнами світу. А також гальмує розвиток електронної торгівлі обмеження чинного законодавства щодо використання популярних платіжних систем або використання електронних грошей та криптовалюти окремими категоріями суб'єктів господарювання що безумовно наносить шкоду вітчизняній економіці. Особливості здійснення цих операцій та особливості їх бухгалтерського обліку доцільно регламентувати у чинному законодавстві. Оформлення господарських операцій підприємствами електронної торгівлі має бути максимально спрощена для розширення обсягів їх діяльності в майбутньому, що забезпечить зростання вітчизняної економіки, яка знаходиться у кризовому стані.

⁸⁷ Переваги і недоліки інтернет магазину для ведення бізнесу. URL : <https://officem.com.ua/uk/poleznaja-informatsija/preimuschestva-i-nedostatki-internet-magazina-dlja-vedenija-biznesa> (дата звернення: 14.09.2019).

⁸⁸ Плюси і мінуси покупок через Інтернет. URL : <https://tvoigroshi.com.ua/uk/novosti/plyusy-i-minusy-rokupok-cherez-internet> (дата звернення: 14.09.2019).

2.5. Інституціональні механізми управління трансакційними витратами в агропродовольчій сфері

*Плаксієнко В. Я., д-р екон. наук, професор,
Черненко К. В., канд. екон. наук,
Ліпський Р. В., канд. екон. наук
Полтавська державна аграрна академія*

Досвід проведення аграрних реформ показав, що в умовах ринкових відносин сільськогосподарські організації не можуть успішно функціонувати без створення системи управління витратами, що дозволяє вирішувати проблеми раціонального використання їхнього виробничого потенціалу. Збої в господарському механізмі найчастіше пов'язані з такими причинами, як нееквівалентний обмін товарами й послугами, розбіжність економічних інтересів у партнерів, невідповідність прав і відповідальності й ін., що найбільше гостро відображається на роботі сільськогосподарських організацій. Проявляються вони в труднощах, з якими сільськогосподарські організації зустрічаються при реалізації продукції, використанні виробничих послуг, вступі у взаємини з органами управління й партнерами по бізнесі, відстоюванні своїх прав у судових інстанціях. Ці проблеми, а також непрозорість ринкових відносин і відсутність необхідної інформації приводять до росту трансакційних витрат, на частку яких доводиться понад чверть загальних витрат. Тому їхнє скорочення, оптимізація й управління представляють актуальне й досить істотний напрямок у зниженні собівартості продукції, зростанні прибутку й рентабельності організації.

Дослідженню трансакційних витрат в аграрному секторі економіки тривалий час не надавався особливого значення. Їхня сутність, зміст і галузева специфіка, вплив на функціонування й розвиток економічної системи АПК спеціально не вивчалися.

У цей час зниження трансакційних витрат є однією з найбільш актуальних завдань модернізації національної економіки України, найважливішою умовою її стійкого розвитку, а її рішення, у свою чергу, вимагає серйозного теоретичного обґрунтування, що враховує специфіку сучасного етапу розвитку української економіки.

Узагальнення наукових поглядів вітчизняних і закордонних вчених – економістів дозволило запропонувати авторське визначення поняття «управління трансакційними витратами»: це система, що виражає виробничі відносини, пов'язані із плануванням, формуванням, обліком, аналізом, контролем і регулюванням трансакційних витрат на підставі отриманої зовнішньої інформації від відповідних, як від ринкових, так й інших суспільних інститутів і внутрішньої інформації

про витрати для різних цілей, і дозволяє в реальному діапазоні приймати послідовні раціональні управлінські рішення, що впливають на результати діяльності організації. Саме сигнали цін з ринку дозволяють налагодити систему обміну з ідеальними зворотними зв'язками й задовольняють потреби керівництва [89].

На всьому шляху від безпосереднього виробництва продукції до її кінцевого споживача товаровиробники змушені вступати у взаємодію з безліччю партнерів. В одних випадках – це ринкові трансакції, в іншому – регульовані усередині єдиної організації поставки (у великих інтегрованих системах). Що стосується малих і середніх учасників аграрного ринку, то вони взаємодіють із партнерами й посередниками, гублячи при цьому ресурси на купівлі – продажу товарів і послуг. У цьому випадку виникає небезпека виникнення ситуації, коли витрати організацій будуть набагато вище, ніж передбачувані вигоди від зниження витрат ринкових трансакцій.

Залежність між величиною трансакційних витрат і масштабом виробництва організацій наступна: чим крупніше структура, тим менше рівень трансакційних витрат і навпаки. У рамках вертикально інтегрованих структур істотно підвищуються можливості координації господарської діяльності й забезпечується можливість зниження витрат.

Основою ринкових відносин в агропромисловому секторі економіки є контракти, умови яких можуть обмежити вплив майбутніх несприятливих змін на діяльність господарюючих суб'єктів і ритмічність руху фінансових ресурсів, а несумлінне поведіння учасників угоди може привести до недоліку ліквідних активів, неплатоспроможності сільськогосподарських виробників, росту трансакційних витрат. Тому в ході реалізації контрактних відносин трансакційні витрати представлені як об'єктивний фактор, обумовлений взаємодією економічних агентів, спрямована на забезпечення умов обміну-спілкування. З'ясовано, на укладання й узгодження угоди затрачається приблизно від 2 до 5 тижнів, причому основна частина часу доводиться на узгодження усередині організації між відділами. Щоб уникнути додаткових трансакцій, варто визначити їх ще на первісній стадії, тобто укладання договору. У зв'язку із цим розроблена методика експертизи договорів, планованих до укладання.

Величина трансакційних витрат залежить від багатьох факторів, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, зі статусом підприємства на ринку продукції, товарів і послуг, кваліфікацією співробітників тощо [90].

Оцінити розмір трансакційних витрат й ефективність можна на підставі технологічної карти, що являє собою матрицю, що відображає умови методики й трансакційні витрати: пошуку інформації, ведення

⁸⁹ Савченко В. М., Пальчук О. В., Саловська Л. В., Смірнова І. В. та ін.; Облікова політика : навч. посіб. ; за ред. Г. М. Давидова. Київ : Знання, 2010. 479 с.

⁹⁰ Олейник А. Н. Институциональная экономика : учеб. пособ. Москва : ИНФРА-М, 2002. 416 с.

переговорів, виміру, специфікації й захисти прав власності, попередження опортунізму й форм їхнього прояву. Карта дозволяє зібрати всі витрати на виконання тієї або іншої умови методики для аналізу трансакційних витрат. Для розрахунку використовуються середні дані по раніше укладених договорах.

Дослідження з даних типових сільськогосподарської організації, дозволяють визначити нормативний показник питомої ваги трансакційних витрат у загальній сумі договору. Нормативні значення різні для кожного із представлених учасників ринку й ураховують самостійність господарських дій, масштаби виробництва, рівень кваліфікації співробітників, наявність спеціалізованого встаткування й ін. Числове значення нормативу варто визначати експертним шляхом.

Для підприємств, що входять в інтегровані формування, норматив становить 1–2 % (значення по досліджених технологічних картах 3–4 %); для агропромислових формувань, що займаються як виробництвом продукції, так й її переробкою, – 3–4 % (5–6 %); для великих і середніх підприємств без автономних підрозділів – 4–5 % (7–9 %); для самостійних підприємств малих форм – 6–7 % (10–12 %). Таке співвідношення зв'язане, насамперед, зі ступенем самостійності підприємства, налагодженим процесом виробництва, переробки й продажі, територіальної віддаленості від основних ринків збуту, рівня кваліфікації фахівців [91].

З метою оперативності й спрощення розрахунків нами в програмі «Microsoft Office Excel» розроблена електронна форма технологічної карти й допоміжних таблиць для її розрахунку. Ця розрахункова таблиця дозволяє користувачеві визначити розмір трансакційних витрат на кожному етапі методики, виявити відхилення від нормативного показника. При виборі закладки по класифікаційній групі підприємства представляються етапи діяльності по підготовці й реалізації контракту, форми прояву трансакційних витрат і визначається їхній розмір виходячи з рівня складності укладання договору. Рівні складності виникнення трансакційних витрат при укладанні договору: перший – низький, передбачає сталість партнера, налагоджені зв'язки з контрагентами, наявність фахівця з підготовки й укладання договорів, позитивну ділову репутацію; другий – середній, до нього відносяться такі договори, при укладанні яких є інформація про партнерів від третіх осіб, уже уклалися 2–3 угоди із цим контрагентом, середній фінансовий стан, раніше виникали суперечки або не виконувалися умови договору; третій – високий, до нього відносяться разові угоди, відсутність інформації про контрагента, негативна ділова репутація партнера, критичний фінансовий стан, наявність в історії партнера

⁹¹ Галушко В. П., Гвідо Ван Хулсбрук, Ковтун О. А., Рудий М. М. та ін. Основи аграрної економіки : підруч. Київ : Вища освіта, 2003. 399 с.

судових розглядів, штрафів із приводу невиконання умов договору.

Таким чином, пропонована методика оптимізації розміру трансакційних витрат при оформленні й укладанні договорів дозволяє виявити невизначеність і недосконалість контрактних відносин на підставі ряду факторів, кожний з яких дає можливість позначити виникаючі в ході формування й укладання договорів проблеми, що приводять до значного росту трансакційних витрат. Проблеми й форми трансакційних витрат дозволяють визначити особливості їхнього впливу на формування договорів і передбачити шляхи їхньої оптимізації.

Темпи економічного росту багатьох підприємств залишаються низькими, ефективність і продуктивність не росте, низкою залишається рентабельність. Зміни зовнішнього середовища змушують підприємства працювати в режимі реального часу, тобто підбудовуватися, пристосовуватися до цих змін. Ми вважаємо, що бар'єри входу на аграрний ринок – це сукупність економічних, організаційних, адміністративних, правових, політичних, соціально – культурних інститутів, дії яких ускладнюють прибуткову діяльність, перешкоджають виходу на ринок господарюючих суб'єктів [92].

Частина організацій, що формують інфраструктуру АПК, виконує свої функції не повною мірою. Така ситуація приводить до росту трансакційних витрат, пов'язаних з подоланням бар'єрів, що ще більше збільшується в умовах кризових явищ. Дослідження дозволило визначити механізм подолання бар'єрів на аграрному ринку, при розробці якого використаний проблемно – орієнтований підхід.

Механізм регулювання в сфері дії бар'єрів на аграрному ринку – це можливості маневру обсягами виробництва й каналами продажів, вибір раціональних «продуктових ланцюжків», навчання кадрів, введення до складу посадових інструкцій функцій пошуку інформації, планування рівня трансакційних витрат, ведення реєстру обліку трансакційних витрат, установлення оптимального режиму оподаткування, одержання дотацій і субсидій сільськогосподарськими організаціями, підвищення керованості поведінки суб'єктів господарювання, створення державної служби ринкової інформації, поширення загальнодоступної економічної інформації, захист інформації, електронний документообіг, створення інформаційно-консультаційного центра області й ін.

Основні завдання системи ринкової інформації складаються в створенні конкурентоздатного ринку аграрної продукції. Однак існують проблеми, суть яких полягає в недосконалості ціноутворення, податкової політики, слаборозвиненій інфраструктурі агропромислового комплексу, руйнуванні зв'язків між виробниками й споживачами,

⁹² Ільчук М. М., Іщенко Т. Д., Збарський В. К., Лайко П. О. та ін. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу : навч. посіб. ; за ред. М. М. Ільчука. Київ : Вища освіта, 2002. 398 с.

недостатньому рівні державної підтримки, дефіциті необхідної інформації про ринок. Для проникнення на ринок і заняття на ньому певної ніші потрібна інформація про попит, пропозицію товарів, про рівні цін на них.

У регіоні функціонують організації, які в сукупності утворюють інформаційну інфраструктуру АПК. Дослідження дозволило визначити роль інститутів інфраструктури в процесі інформаційного обслуговування. Установлено, що інформаційні організації не об'єднані в єдину систему, функціонують відокремлено один від одного, кожна працює в рамках своєї власної програми. У цьому ланцюзі немає єдиного координатора дій. Сільськогосподарські товаровиробники, що бідують в інформації, не можуть одержати неї в повному обсязі, оскільки в основній своїй масі існуючі організації надають відомості по обмеженому колу питань.

Сільськогосподарська продукція просувається від виробника до кінцевого споживача по «продуктовому ланцюжку». Аналіз показує, що вибір раціональної «продуктового ланцюжка» можливий тільки при наявності достовірної й оперативної ринкової інформації, що буде сприяти прийняттю обґрунтованих управлінських рішень [93].

Оперативна й достовірна інформація про ціни вкрай необхідна як покупцям, так і продавцям. Щоб допомогти тим й іншим, на базі інформаційно-консультаційного центра АПК варто створити систему ринкової інформації. На сайті в Інтернеті потрібно публікувати ринкові огляди, які включають перелік основних видів сільськогосподарської продукції й ціни за минулий тиждень (декаду), їхній розкид по містах і районах області. Створити мережу спостережень. Первинна інформація збирається безпосередньо у фермерів, у сільськогосподарських організаціях, на переробних підприємствах, у магазинах, на міських і сільських ринках, у посередників. Потім вихідні дані аналізують статистику й фахівці з вивчення ринку. Інформація має конфіденційний характер, тому всі матеріали публікуються в усередненому виді – по району (області).

Система ринкової інформації дозволяє здійснювати моніторинг цін. Так, моніторинг цін зернової продукції дає можливість виявити закономірність: ціни, по яких зерно третього й четвертого класів здається на елеватори, залежать від місяця його реалізації. Пік росту цін доводиться на літні місяці, тобто коли нове зерно ще не прибрано, а запаси старого виснажені. Спад цін доводиться на період збору врожаю, тобто на осінні місяці. Така ж ситуація відзначається й по інших видах продукції.

Методом самоорганізації постачальників і споживачів проблему виключення «паразитуючих» ланок на ринку продовольства не вирішити.

⁹³ Палий В. Ф., Палий М. В. Управленческий учет – новое прочтение внутрихозяйственного расчета. Бухгалтерский учет. 2000. № 17. С. 58–62.

Потрібна цілеспрямована робота з формування ринкової інфраструктури в регіоні, регулюванню ринкового середовища. Одним зі шляхів рішення цих проблем є формування інформаційної інфраструктури в масштабах регіонального АПК.

Для підприємств АПК, що мають різноманітний асортименти й обсяг виробленої продукції, найчастіше характерна недосконалість організаційної й управлінської структури. Це приводить до того, що підприємства закупають сировину й реалізують продукцію без вивчення ринку, вишукування вигідної ціни, тобто відсутній маркетингово-логістичний підхід. Через погану організацію управління процесом закупівель і реалізації продукції функції, виконувані деякими відділами, не тільки дублюються, але найчастіше суперечать один одному, що приводить до збільшення трансакційних витрат.

Пропонується створення єдиної маркетингово-логістичної системи, шляхом об'єднання відповідних відділів сільгосппідприємств, що дозволить вирішувати наступні завдання: усунення дублювання функцій, скорочення часу на обробку документів, запобігання втрати інформації при транспортуванні даних й, як наслідок, мінімізація трансакційних витрат. Однак слід зазначити, що створення маркетингово-логістичної служби можливо в таких учасників ринку, як великі інтегровані структури й холдинги, агропромислові формування, що включають виробництво й переробку. На підприємствах, що не мають у своєму складі автономних підрозділів і виробництв, а також на самостійних підприємствах малих форм створення такої служби неефективно, тому що приведе до збільшення штатного складу працівників і значному збільшенню трансакційних витрат. У зв'язку із цим нами розроблена блок-схема взаємозв'язку підрозділів підприємства в системі трансакційних витрат з маркетингово-логістичним відділом

Таким чином, подолання між структурних протиріч у рамках взаємодії центрів відповідальності можна здійснити шляхом включення маркетингу в логістику в якості органічної складової частини, як наслідок об'єднання відділів закупівель, продажів, маркетингу, логістики. Створення маркетингово-логістичної системи обґрунтовано ростом вимог до підрозділів організацій, що займаються збутом продукції й матеріально-технічним постачанням. Це породжує необхідність ведення грамотної збутової політики з метою вдосконалення системи управління підприємства в цілому, що дозволяє йому краще адаптуватися до ринкових умов.

Створення служби ринкової інформації дозволить виявити загальні й приватні проблеми, зв'язані зі збором, аналізом і використанням ринкової інформації. Суть їх полягає в тому, що розташовані на території області організації, що розташовують інформацією про ринок, працюють не узгоджено та неефективно. Переважна частина зібраних відомостей

залишається невикористаної [94].

Потрібен проект системи ринкової інформації в регіоні й організаційній структурі системи основних державних служб, що здійснюють збір інформації про ринок аграрної продукції. У проекті потрібно виділити два великих блоки установ.

Перший – ланки, пов'язані з діяльністю Управління агропродовольчого розвитку. У другий блок установ входять організації системи Держкомстату. У схемі передбачена функціональна взаємодія структур по зборі, аналізу й поширенню ринкової інформації. Штат служби – 3 чоловік, потрібна ще мережа репортерів по районних пунктах, робота яких може передбачатися як сумісництво. Передбачається, що репортери служби районного рівня працюють у місцевих органах управління сільського господарства. Таким чином, запропонований проект дозволяє сформувати інформаційну інфраструктуру, способи інформаційного забезпечення учасників ринкового процесу необхідними відомостями. На регіональному рівні він дає можливість налагодити взаємодію споживачів, виробників, державних структур, митних органів, інформаційно-аналітичних систем у мережі Інтернет, інфраструктурних підрозділів, що базуються на різноманітних формах власності.

Ресурси на утримання служби можуть бути знайдені шляхом перерозподілу функцій працівників системи управління сільським господарством, органів статистики, митних органів й інших служб. Передбачається взаємна передача відомостей про аграрний ринок на рівні обласних і районних ланок шляхом створення системи електронного документообігу. У цей час їхня діяльність недостатньо скоординована. Дослідження дозволяють вирішити завдання, пов'язану з визначенням ефективності функціонування служби ринкової інформації в регіоні.

Маркетингові служби організацій, у яких створені пункти збору ринкової інформації, одержують оперативну й достовірну інформацію про ситуації на регіональному аграрному ринку, на основі якої приймаються рішення із приводу обсягів, строків, каналів продажів і цін реалізації продукції.

Реалізація пропозицій по створенню системи ринкової інформації в регіоні й оцінка окремих заходів дозволяють судити про наявність позитивного соціально-економічного ефекту. Суб'єкти ринкових відносин одержують можливість розробляти оптимальні плани поставки аграрної продукції на ринок залежно від сформованої кон'юнктури, визначати строки реалізації й установлювати ціни на продукцію, знижуючи тим самим трансакційні витрати.

⁹⁴ Панженская И. Г. Методика учета трансакционных издержек. Вестник Адыгейского государственного университета. 2006. № 4. URL : http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.4/371/panzhenskaya2006_4.pdf (дата звернення: 19.09.2019 р.).

Проведені на основі наявної ринкової інформації заходу дозволили обстеженої нами групі підприємств одержати додатковий прибуток 7,4–10,7 % загального обсягу продажів. Цей приріст забезпечений шляхом перерозподілу необґрунтовано високих доходів посередників, які раніше одержували додатковий виторг за рахунок асиметрії ринкової інформації. Для визначення ефекту від пропонованих заходів нами на основі проведених досліджень визначений рівень трансакційних витрат на аграрному ринку регіону в розмірі від 20 до 30 % залежно від обсягів виробництва. Отримані в результаті проведеного експерименту результати дозволяють запропонувати методологічні підходи до визначення ефективності створення й функціонування створюваних інформаційних систем на ринку аграрної продукції. При визначенні критеріїв, по яких оцінюється ефективність, можна виділити кілька показників. Насамперед, діяльність на аграрному ринку пов'язана з можливістю покупки на одному ринку продукції за низькою ціною й продажу на іншому по більше високої, так називаним «арбитражированием». Це розглядається як сприятлива можливість для одержання прибутку. Однак при асиметрії інформації виникає ситуація, коли частина учасників ринку має інформацію, який не розташовують інші. таке положення існувало раніше, коли не збиралася, не аналізувалася й не поширювалася інформація про ринок. Як продавець, так і покупець не мали можливості зробити обґрунтований вибір де, коли, за якою ціною купити або продати товар. У таких умовах спостерігається великий розрив у величині цін по видах аграрної продукції на ринках регіону [95].

«Арбитражирование» як спосіб регулювання ринку виконує свою роль при наявності інформації.

«Арбитражирование» не викликає хаотичного руху цін і змушує їх рухатися в напрямку рівноваги. Отже, важливим й основним видом ефекту інформаційних систем є створення умов для збалансування ринку й забезпечення можливості для його суб'єктів робити вибір із приводу купівлі-продажу товарів.

Іншим поважним виглядом ефекту діяльності служби ринкової інформації є створення умов для збалансування цін на сільськогосподарську продукцію, продукцію й послуги інших галузей, тобто з'являється інструмент впливу на механізм паритету цін. Цей вплив здійснюється за рахунок створення передумов для здійснення економічних виборів, які роблять суб'єкти ринку. Крім того, моніторинг цін на різні види продукції по каналах продажів дозволяє, накопичуючи інформацію, виявляти закономірності в динаміку з метою прогнозування.

⁹⁵ Черненко К. В. Управління процесами оптимізації трансакційних витрат в агропродовольчій сфері : дис. канд. екон. наук : 08.00.03. Херсон, 2014. 218 с.

2.6. Тенденції і перспективи розвитку підприємництва в Україні

*Устік Т. В., канд. екон. наук, доцент
Сумський національний аграрний університет
Махмудов Е. Х., Ланиуфа Є. В.
Полтавська державна аграрна академія*

Розвиток підприємництва у сучасних складних соціально-економічних умовах нашої держави значно впливає на стабілізацію та відновлення національної економіки. Від рівня ефективності діяльності вітчизняних підприємств залежить можливість економічного зростання держави, рівень зайнятості та якості життя населення [96].

Ефективність і результативність реалізації Стратегії та виконання плану заходів з її реалізації залежить від ефективної координації зусиль відповідних ключових сторін. На сьогодні інституційне середовище малого і середнього підприємництва в Україні складається з:

1) Кабінету Міністрів України як вищого органу в системі органів виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики, має право законодавчої ініціативи, в тому числі щодо розвитку малого і середнього підприємництва;

2) Мінекономрозвитку, яке відповідно до пункту 1 Положення про Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 20 серпня 2014 р. № 459, є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію політики у сфері підприємництва. На сьогодні з державного бюджету на підтримку та розвиток малого і середнього підприємництва виділяється недостатній обсяг фінансових ресурсів, тому необхідно вдосконалити підходи до формування та реалізації політики, зокрема шляхом підвищення інституційної спроможності;

3) Ради підприємців при Кабінеті Міністрів України як постійно діючого консультативно-дорадчого органу, що, зокрема, готує пропозиції щодо створення правових, економічних та організаційних умов для подальшого розвитку підприємницької діяльності;

4) інших центральних органів виконавчої влади, які в межах повноважень прямо чи опосередковано впливають на розвиток малого і середнього підприємництва, зокрема: Мінфіну, МОН, Мінсоцполітики, Мінрегіону, Мін'юсту, МЗС, Міненерговугілля, Мінінфраструктури, МПП, Мінмолодьспорту, Мінагрополітики, МТОТ, Державного комітету статистики України, Державного агентства з питань електронного урядування, ДРС;

⁹⁶ Іваницька С. Б., Ушакова Ю. С. Стан і тенденції розвитку підприємництва в Україні в сучасних умовах. Економіка та управління підприємствами. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/27_2019_ukr/26.pdf.

5) місцевих органів виконавчої влади, що забезпечують виконання державних і регіональних програм соціально-економічного розвитку, в тому числі (у разі прийняття відповідного рішення) програм розвитку малого і середнього підприємництва, що фінансуються за рахунок коштів відповідних бюджетів або інших не заборонених законодавством джерел;

6) органів місцевого самоврядування, що затверджують програми соціально-економічного розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць, які фінансуються за рахунок місцевих бюджетів або інших не заборонених законодавством джерел, та контролюють їх виконання;

7) Ради бізнес-омбудсмена як постійно діючого консультативно-дорадчого органу Кабінету Міністрів України, що сприяє прозорості діяльності органів державної влади, суб'єктів господарювання, які належать до сфери їх управління, запобіганню корупційним діям та/або іншим порушенням законних інтересів суб'єктів підприємництва;

8) інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що включає об'єднання суб'єктів господарювання, наукові установи, консультативні, дорадчі та інші допоміжні органи, що створені при центральних органах виконавчої влади та місцевих держадміністраціях, Торгово-промислової палати України, 25 регіональних торгово-промислових палат, громадські об'єднання підприємців та роботодавців та інші. Визначити точну кількість об'єктів інфраструктури не є можливим, оскільки критерії віднесення до організацій, що провадять діяльність, спрямовану на розвиток і підтримку малого і середнього підприємництва, не визначені. Водночас, за попередніми даними, станом на 1 січня 2017 р. в Україні функціонували 310 бізнес-центрів, 2 660 інформаційно-консультативних установ, 55 бізнес-інкубаторів, 161 фонд підтримки підприємництва, 17 індустріальних парків;

9) рамкового законодавства, зокрема:

– Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», що є підґрунтям для розвитку малого і середнього підприємництва, визначає принципи та напрями політики щодо малого і середнього підприємництва;

– Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28 серпня 2013 р. № 641. Програма не розроблена і буде замінені Стратегією та планом заходів з її реалізації;

– Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, затвердженої Законом України від 21 грудня 2000 р. № 2157-III. Кошти з державного бюджету починаючи з 2014 р. на фінансування заходів Програми не виділялися;

– Рекомендацій парламентських слухань, схвалених постановою Верховної Ради України від 13 квітня 2016 р. № 1090-VIII, що містять пріоритетні напрями та заходи щодо реалізації державної політики, спрямованої на стимулювання підприємницької ініціативи для забезпечення економічного зростання України;

10) інших нормативно-правових актів у сфері підприємництва.

За результатами ґрунтовного аналізу стану та тенденцій розвитку малого і середнього підприємництва, в тому числі зовнішнього та внутрішнього середовища малого і середнього підприємництва, існують такі проблеми у сфері малого і середнього підприємництва:

– відсутність налагодженої та ефективної координації дій заінтересованих сторін (центральної та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань підприємців, міжнародних організацій та проектів міжнародної технічної допомоги, що діють на території України);

– неузгодженість державної політики у сфері розвитку підприємництва;

– нестабільне та непередбачуване регуляторне середовище, в якому функціонують суб'єкти малого і середнього підприємництва;

– відсутність взаємодії між центральними та місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування щодо розв'язання поточних проблем малого і середнього підприємництва;

– недостатня інституційна спроможність реалізації державної політики у сфері розвитку підприємництва;

– низький рівень прямих іноземних інвестицій та обмежений обсяг інвестування в експортоорієнтовані підприємства;

– обмежене бюджетне фінансування внаслідок економічної рецесії 2014–2015 рр. (обмежена державна підтримка певних сфер державної політики, зокрема розвитку малого і середнього підприємництва);

– обмеженість доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до ресурсів (фінансових, майнових, природних тощо);

– значна частка неформального сектору економіки, що, за оцінками Європейського інвестиційного банку, становить близько 20 % кількості зайнятого населення;

– невідповідність існуючої інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва як потребам малого і середнього підприємництва, так і кількості та якості надання послуг, на регіональному рівні.

Водночас необхідно враховувати такі особливості:

1) децентралізація влади дає ширші можливості органам місцевого самоврядування, що, зокрема, повинно сприяти розвитку підприємництва;

2) Україна займає низьку позицію щодо якості інституцій у порівнянні з іншими країнами, причиною чого є недоліки законодавства у сфері захисту права власності, низька незалежність судової системи та неефективність витрачанням бюджетних коштів;

3) Угода, поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі та відкриття нових ринків надають значні можливості, зокрема експортні;

4) незважаючи на високий рівень освіченості громадян, Україна має найнижчу продуктивність праці в Європі та Центральній Азії;

5) високий рівень монополізації економіки.

У більшості країн світу основним бар'єром для розвитку підприємництва є обмежений доступ до фінансування. Однак кредитування малого і середнього підприємництва в Україні на сьогодні є недостатнім, більшість підприємств задовольняють потреби у фінансуванні капітальних інвестицій за рахунок власних коштів (у 2016 р., за даними Державного комітету статистики, 69,4 %). Таким чином, існує нагальна потреба в активізації фінансування малого і середнього підприємництва комерційними банками, розширенні переліку кредитних послуг (гарантійні схеми, лізинг, факторинг, експорт, страхування тощо) і задоволенні потреб малого і середнього підприємництва [97].

За попередніми підсумками, у 2018 р. фінансовий результат до оподаткування великих та середніх підприємств становив 353,0 млрд грн прибутку (у 2017 р. – 285,6 млрд грн). Прибуток становив 580,0 млрд грн, або 104,1 % порівняно з 2017 р., збитків допущено на суму 227,0 млрд грн (або 83,6 %). Частка збиткових підприємств у 2018 р. становила 22,9 % (у 2017 р. – 23,5 %) [98].

Досвід країн світу свідчить, що ефективність функціонування економіки залежить від оптимального розвитку малого, середнього та великого бізнесу. Водночас малий та середній бізнес – основа соціально-економічного розвитку. До прикладу, в країнах ЄС МСБ складає близько 90 % від загального числа підприємств. Приблизна кількість підприємств МСБ – біля 20 млн. Число зайнятого населення там становить близько 70 %. Політика підтримки малого бізнесу здійснюється через діяльність держав і спеціальні програми під егідою ЄС [99].

⁹⁷ Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. URL : <https://www.businesslaw.org.ua/strategia-rozvytku-pidpryemnytva/>

⁹⁸ Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

⁹⁹ Як підтримати малий бізнес в Україні. URL : <https://eba.com.ua/yak-pidtrymaty-malyj-biznes-v-ukrayini/>

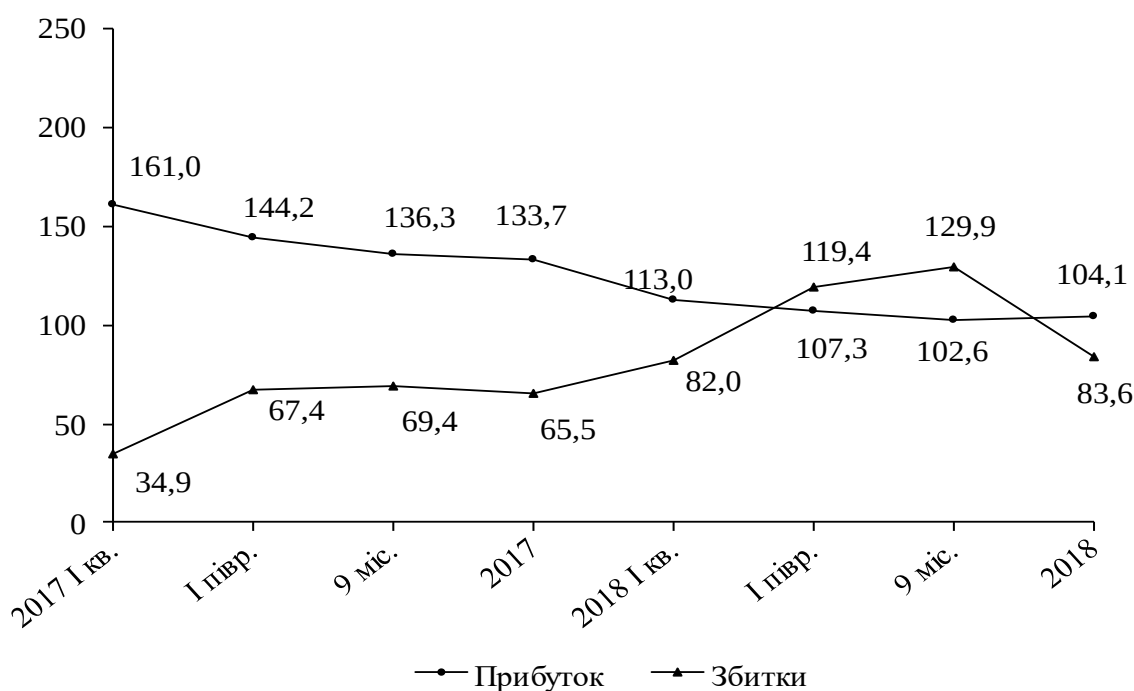


Рис. 1. Темпи зростання (зниження) прибутку та збитків
(у % до відповідного періоду попереднього року)

1. Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2010–2017 рр.

Роки	Усього		У тому числі					
			великі підприємства		середні підприємства		малі підприємства	
	чистий прибуток (збиток), млн грн	підприємства, які одержали прибуток у % до загальної кількості підприємств	чистий прибуток (збиток), млн грн	підприємства, які одержали прибуток у % до загальної кількості підприємств	чистий прибуток (збиток), млн грн	підприємства, які одержали прибуток у % до загальної кількості підприємств	чистий прибуток (збиток), млн грн	підприємства, які одержали прибуток у % до загальної кількості підприємств
2010	13906,1	57,3	2825,0	65,0	30742,5	61,6	-19661,4	57,0
2011	67797,9	63,5	59146,9	68,1	19244,6	64,1	-10593,6	63,5
2012	35067,3	63,0	15203,6	68,7	34612,0	64,3	-14748,3	63,0
2013	-22839,7	65,0	8148,9	67,7	-1567,7	63,7	-29420,9	65,0
2014	-59006,9	65,5	-20454,2	49,4	-206223,2	61,4	-179297,5	65,7
2015	-373516,0	73,3	-152552,4	56,2	-102769,2	70,6	-118194,4	73,5
2016	29705,0	73,0	46850,0	65,8	15061,8	75,5	-32206,8	72,8
2017	168752,8	72,4	119619,7	72,8	70105,0	76,1	-20971,9	72,3

Найбільший відсоток підприємств, які одержали прибуток (відносно загальної кількості підприємств) – середні підприємства (у 2017 р. – 76,6 %, що є найбільшим значенням даного показника протягом досліджуваних років, і лише 23,4 % середніх підприємств цього ж року одержали збиток), а найменший – великі (у 2014 р. було зафіксовано, що серед великих підприємств лише 51,8 % суб'єктів одержали прибуток, а аж 48,2 % – одержали збиток). У 2014 та 2015 рр. сальдо фінансового результату діяльності великих підприємств було від'ємним (-189934,1 млн грн та -145403,9 млн грн відповідно). Це було спричинено тим, що протягом цього періоду відсоток великих підприємств, що одержали прибуток, та відсоток тих, діяльність яких була збитковою (відносно загальної кількості підприємств) були практично рівними (у 2014 р. це 51,8 % та 48,2 %, а у 2015 р. – 55,7 % та 44,3 % відповідно), та фінансовий результат діяльності останніх був більшим, ніж фінансовий результат тих підприємств, що одержали прибуток.

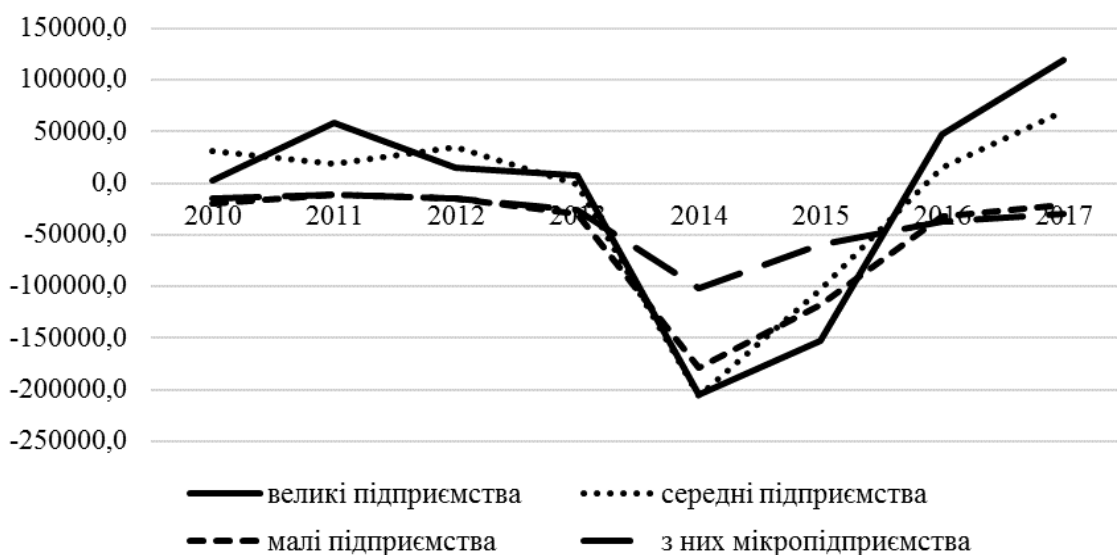


Рис. 2. Динаміка економічної діяльності за розмірами підприємств за 2010–2017 рр.

Джерело: дані [98].

За даними Державної служби статистики України, населення країни найбільше зайняте у малому і середньому підприємництві. Така ж ситуація притаманна й аграрній сфері країни, де станом на 2017 р. функціонувало 45 558 суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм, що, слід зауважити, на 18,4 % менше порівняно з 2013 р. Переважаючою організаційно-правовою формою господарювання на селі є фермерські господарства, частка яких у 2017 р. у загальній структурі становить 74,9 %.

Переробна промисловість, тимчасове розміщування й організація харчування вперше з 2011 р. отримала прибуток.

2. Розподіл галузей які в 2017 р. отримали чистий прибуток або збиток

<i>Галузі підприємства, яких одержали чистий прибуток</i>	<i>Галузі підприємства, які одержали збиток</i>
Сільське, лісове та рибне господарство Промисловість Добувна промисловість і розроблення кар'єрів Переробна промисловість Будівництво Тимчасове розміщування й організація харчування Інформація та телекомунікації Фінансова та страхова діяльність Професійна, наукова та технічна діяльність Освіта	Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря Водопостачання; каналізація, поводження з відходами Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність Операції з нерухомим майном Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок

Світовий досвід засвідчує, що одним із ключових стратегічних факторів стабільного розвитку економіки країни й досягнення належного рівня та якості життя населення є формування сучасного цивілізованого підприємництва. Але у результаті проведеного аналізу статистичних даних щодо стану та тенденцій розвитку вітчизняного підприємництва протягом останніх років, можна побачити, що воно перебуває не на належному рівні й характеризується невисоким рівнем ефективності. Така ситуація зумовлює гостру потребу сектору підприємництва в ефективній державній підтримці, що має бути спрямована насамперед на формування позитивного правового та економічного клімату. Основними завданнями держави у процесі стимулювання розвитку вітчизняного підприємництва мають бути такі: спрощення процедури започаткування бізнесу та створення сприятливих умов для ефективного та успішного розвитку підприємництва у майбутньому; формування адекватної податково-правової бази для розвитку підприємництва без бюрократичних бар'єрів. У процесі поступового відновлення і подальшого розвитку сектору підприємництва важливо стимулювати й формувати інфраструктуру підтримки середнього та малого підприємництва, розвиток якого є основою економіки у більшості розвинених країн світу.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

3.1. Вплив цінової та збутової політики на конкурентоспроможність підприємства в контексті законодавства ЄС

*Калюжна Ю. П., канд. екон. наук, доцент,
Даниленко В. І., канд. екон. наук, доцент,
Боровик Т. В., канд. екон. наук, доцент,
Писаренко С. В., канд. с.-г. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

В умовах сучасного стану ринку досить важливою є правильно організована збутова та цінова діяльність, оскільки їх рівень є важливим показником для конкурентоспроможності підприємства та його прибутковості. Саме проблема, пов'язана з формуванням ефективної системи виробничо-збутової діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в контексті ЄС є об'єктом багатьох досліджень учених у галузях економіки, маркетингу та підприємництва.

Збутова і цінова політика – найважливіші елементи маркетингу, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, і саме від них залежить досягнення комерційного успіху підприємства [100].

Сучасний стан ринкового середовища характеризується постійною зміною зовнішніх факторів, мінливою спроможністю купівельного попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності. Отже, щоб вижити, підприємствам необхідно реагувати на всі зміни, що відбуваються в їх конкурентному середовищі з метою збереження своїх позицій на ринку і забезпечення конкурентних переваг. Тобто, підприємству потрібно правильно зробити оцінку ситуації на ринку, з тим, щоб вибрати ефективні засоби конкуренції, які б відповідали нинішнім ринковим умовам ЄС.

Однією з неодмінних умов конкурентоспроможності для підприємств є їх поінформованість про зовнішній та внутрішній ринок, наявних конкурентів, нововведення, що дозволить їм мати повне уявлення про зовнішнє середовище та тенденції його розвитку.

У сучасних умовах зростання конкурентоспроможність підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної та регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища й

¹⁰⁰ Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.

державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Отже, багато науковців зазначає, що: «зміна в пріоритетах виходу аграрних виробників України на світові ринки, формування та зміна конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності в агропромисловому комплексі, як комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства згідно з вимогами сьогодення...».

Основним торговельним партнером України залишається Європейський Союз (39,2 %). Тому, сьогодні найбільшу увагу слід звернути на економічні питання організації аграрного виробництва, враховуючи обов'язково при цьому світову кон'юнктуру та аналіз зовнішніх ринків збуту сільськогосподарської продукції. Однак, проблемою українського агроекспорту є мала поінформованість виробників про ті можливості, які відкрилися останнім часом на ринках світу. Все залежить від бажання компаній розвивати свій експортний потенціал, логістику, технології, шукати більш ефективні методи маркетингової комунікації [101].

Європейський Союз – найбільший єдиний ринок в світі, який складається з 28 країн та охоплює населення, чисельність якого в 11 разів перевищує чисельність населення України. Це понад 500 мільйонів споживачів, середній дохід яких складає 39 тис. дол. США. Для того, щоб Україна могла легко та ефективно продавати свої товари на цьому ринку, відповідні регламенти, стандарти вимоги щодо безпечності продукції мають бути гармонізовані відповідно до вимог ЄС.

Більшість країн Європи практично повністю задовольняють власні потреби з виробництва продукції сільського господарства, окремі з них зацікавлені в експорті продукції рослинництва (Іспанія, Італія, Румунія, Болгарія, Україна) та тваринництва (Велика Британія, Норвегія, Фінляндія) в інші країни [102].

Спільна сільськогосподарська політика, ССП (Common Agricultural Policy) – одна з найважливіших і найвитратніших сфер діяльності ЄС (понад 40 % бюджету ЄС). Це можна пояснити наявністю великої кількості різноманітних субсидій, що стимулюють розвиток даної галузі [103].

Важливість та актуальність посилення конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку пояснюється підвищенням цін на сільськогосподарську продукцію внаслідок загострення світової продовольчої кризи та збільшенням виробництва й використання біологічного палива, що обумовлює збільшення

¹⁰¹ Даниленко В. І., Калюжна Ю. П., Кошова Л. М. Рекламна діяльність аграрних підприємств у контексті міжнародних економічних відносин. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Сер. Економічні науки*. 2017. № 2. С. 67–74.

¹⁰² Корнієнко В. О. Україна в Європі і світі : електрон. навч. посіб. URL : <https://multimedia.posibnyky.vntu.edu.ua/mm/Ukraine-EU/txt/05.html>.

¹⁰³ Сільськогосподарська промисловість в країнах європейського союзу. URL : <https://yuzme.pp.ua>.

потенційного попиту на вітчизняну продукцію.

Зростанням попиту в європейських країнах на органічну продукцію, причому ціни на таку продукцію вищі на 20–50 %, а для їх вирощування в країнах ЄС використовується лише 3,5 % загальних сільськогосподарських площ, лише 20% виробленої в Україні аграрної продукції споживається в межах держави, а решту 80 % можна експортувати, експорт сільськогосподарської продукції становить 21 % усього експорту України до країн ЄС, причому країни ЄС є найбільшим імпортером сільськогосподарської продукції у світі [104].

Значна кількість національних товарів і послуг успішно реалізуються на міжнародних ринках при достатньому рівні їх міжнародної конкурентоспроможності. Тому, для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей підприємствам необхідно шукати нові ринки.

В Україні офіційно зареєстровано 4,1 млн особистих селянських господарств, частка виробництва сільськогосподарської продукції яких складає 45,0 %. Фермерське господарство обробляє в середньому 131,7 га, більше 80,0 % мають по 500 га землі.

В Україні працює 47697 сільськогосподарських підприємств, з яких 70,0 % – фермерські господарства: загалом вони обробляють 22,3 % сільськогосподарських земель.

У 2016 р. Україна забезпечила себе молоком та молочними продуктами на 103,6 %. Ринок вже почав адаптуватися до нових умов та змінює свою структуру. Пріоритетні позиції в молочному експорті України займає масло вершкове – 70,0 %. У 2017 р. експорт збільшився в 2,8 рази.

Отже, за даними Інфографічного довідника «Агробізнес України 2017/18» зазначено, що у 2018 р. виробництво молока склало 10,4 млн т. При цьому, на експорт було відправлено: масло вершкове – 30 тис. т; сироватка молочна – 32 тис. т; молоко згущене та сухе – 47 тис. т; сири – 9 тис. т; молоко та вершки – 14 тис. т [105].

Основними покупцями молочної продукції є: Китай, Туреччина, Марокко, Нідерланди, Казахстан, Молдова та Єгипет.

Так, експорт сироватки в натурі виріс на 38,4 % та у грошовому еквіваленті на 92,2 %. Основним покупцем залишається Китай. Основними покупцями сирів є Казахстан – 48 %, Молдова – 23,9 %, Єгипет – 11 %. А ось експорт масла підвищився аж на 152 %, тобто відбулося зростання в три рази: Туреччина закупила на 18,2 млн, Марокко – на 16,6 млн та Нідерланди – 10 млн дол. США.

Для експорту молочної продукції в країни ЄС українським виробникам потрібно буде виконати певні вимоги [106]:

¹⁰⁴ Масляєва О. О. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств у контексті євроінтеграційних процесів. *Агросвіт*. 2016. № 4. С. 59–64.

¹⁰⁵ Агробізнес України : Інфографічний довідник 2017/18. URL : <https://latifundist.com>.

¹⁰⁶ Законодавство ЄС. URL : <https://eur-lex.europa.eu>.

1. Використовувати еталонні методи хімічного, фізичного та мікробіологічного аналізу та сенсорної оцінки молока та молочних продуктів. Аналіз має проводитись акредитованими лабораторіями.

2. Виробляти 7 видів частково зневодненого, згущеного молока в залежності від вмісту жиру та домішок сахарози, та 4 види зневодненого, сухого, в залежності від вмісту жиру. (Пастоподібні жири – це продукти, які залишаються твердими при температурі 20 °C та придатні для використання як спреди, з вмістом жиру щонайменше 10 %, але менше 90 % за вагою, і придатні для споживання людиною).

3. Усі продукти мають бути відповідно промарковані. Ці дані повинні вказуватися поруч з торговою назвою.

4. Міжнародна система аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (НАССР – Hazard Analysis and Critical Control Points) інтегрована в законодавство ЄС, її впровадження затверджено в Україні Законом «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Впроваджується в Україні поетапно протягом трьох років, починаючи з вересня 2017 р. і є обов'язковою.

5. Відходи тваринництва мають знешкоджуватися, а їх потенційний вплив на навколишнє середовище має бути оцінений в оцінці впливу на довкілля (ОВД). Ставлення громад суміжних територій, які можуть зазнати негативного впливу, обов'язково брати до уваги! Якщо господар планує створити нове виробництво або розширити потужності – треба врахувати вимоги Закону «Про оцінку впливу на довкілля».

6. Виробництво має працювати над просуванням та збільшенням доданої вартості свого продукту: виробник може пройти будь-яку необов'язкову сертифікацію продукту, яку вимагає покупець.

7. Продукція має відповідати стандартам та фітосанітарним нормам згідно закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів».

На останок, авторизовані підприємства готують партію молочних продуктів для експорту. Доводять її однорідність та безпечність, отримують міжнародний ветеринарний сертифікат. Митні підрозділи фіскальної служби видають сертифікати з перевезення товару, з якими українські товари мають переваги на ринку ЄС.

За останні три роки поставки у ЄС м'яса птиці підвищилась до 108,5 тис. т в рік. Вітчизняний експорт птиці з 2015 р. збільшилась у двічі і склав у 2018 р. майже 330 тис. т. Україна вже третій рік поспіль займає сьоме місце у світі по цьому показнику, про що зазначають дані Міністерства сільського господарства США [107].

Яйця – один із найбільш перспективних продуктів світового продовольчого ринку і найдоступніше джерело харчового білку. Їх виробництво може бути ефективно організоване як в умовах великих

¹⁰⁷ Наши кури полетіли. URL : <https://biz.nv.ua>.

агропромислових корпорацій, так і невеликими фермерськими господарствами. Прогнозується, що птахівництво до 2035 р. стане галуззю найшвидшого розвитку. Споживання м'яса птиці загалом у світі зросте на 64 %, яєць – на 50 %. Лідером з виробництва яєць є Китай, він займає частку – 36 %, великі виробники також – США, Індія, Японія та Мексика.

Згідно вимог країн ЄС виробники яєць та м'яса птиці, інкубаційні станції, збирачі та пакувальники мають дотримуватися вимог категоризації, вести реєстри та ретельно зберігати інформацію.

Слід маркувати яйця кодом виробника на місці виробництва, а також інкубаційні яйця, м'ясо птиці.

Для отримання дозволу на експорт треба пройти повний комплекс заходів на визначення відповідності санітарним та фітосанітарним нормам. Офіційний дозвіл надає Держпродспоживслужба після проведення повної перевірки на відповідність вимогам ЄС. Наразі на європейський ринок допущена продукція птахівництва з України відповідно до рішення Європейської Комісії від 31.01.2013 р. Україна має право експорту до ЄС продуктів із м'яса птиці з підприємств із закритим циклом виробництва. Живу птицю та генетичний матеріал Україна не може експортувати до ЄС.

Слідом за птицею, свинина та яловичина є найбільш привабливими м'ясними продуктами для експорту. Але слід врахувати національні особливості країн-імпортерів, особливо коли в останні роки Україна переорієнтується на нові ринки. Наприклад, імпорт свинини в Китай зростає щорічно на 17 % за останні 20 років, китайці споживають більше половини світових запасів свинини. Водночас у країнах MENA, з населенням 365 млн осіб, більше споживають яловичини. Специфіка цих країн – обов'язковість отримання сертифікату Halal. Ці ринки є перспективними для України на той час, поки Україна не отримає дозвіл на продаж продукції тваринництва на ринках ЄС, зокрема, продуктів із яловичини й свинини.

У 2018 р. виробництво м'яса у забійній вазі склало 2,3 млн т на експорт в інші країни надійшло: свинини – 4,9 тис. т; яловичина і телятина – 12,3 тис. т.

За останній час закупили найбільше вітчизняної м'ясної продукції: Єгипет 17,1 %, Нідерланди – 14,3 %, Ірак – 8,8 %, Білорусь – 8,4 %, Азербайджан – 7,6 % (рис. 1). Залишаються постійними великими імпортерами Гонконг, Німеччина, Грузія, Казахстан [108].

Експорт продукції агропромислового комплексу складає 42,5 % від загального експорту країни. При чому право експорту до країн ЄС мають всього 109 українських виробників харчових продуктів.

Виконання угоди про асоціацію забезпечує українським

¹⁰⁸ Україна наростила аграрний експорт у ЄС на 25 %. URL : <https://latifundist.com>.

споживачам безпечний та якісний продукт харчування, а українським аграріям – доступ на величезний ринок ЄС.

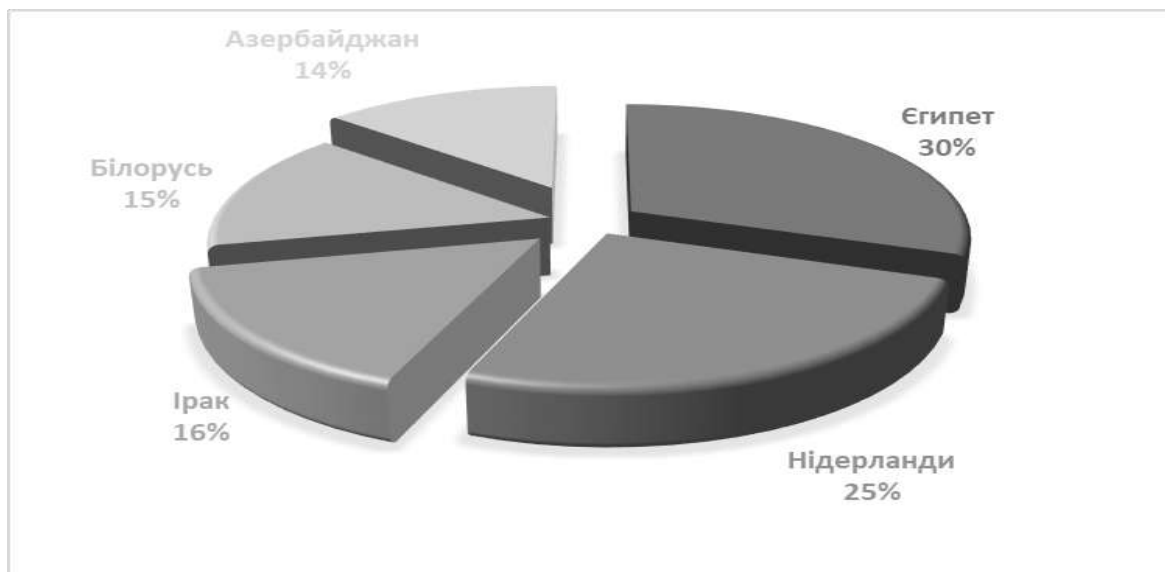


Рис. 1. Основні споживачі м'ясної продукції вітчизняних підприємств України, 2018 р.

Джерело: дані [108].

Проаналізуємо п'ятірку – країн ЄС основних споживачів продукції українських підприємств (рис. 2) та топ-10 у структурі експорту та імпорту країна ЄС (табл. 1).

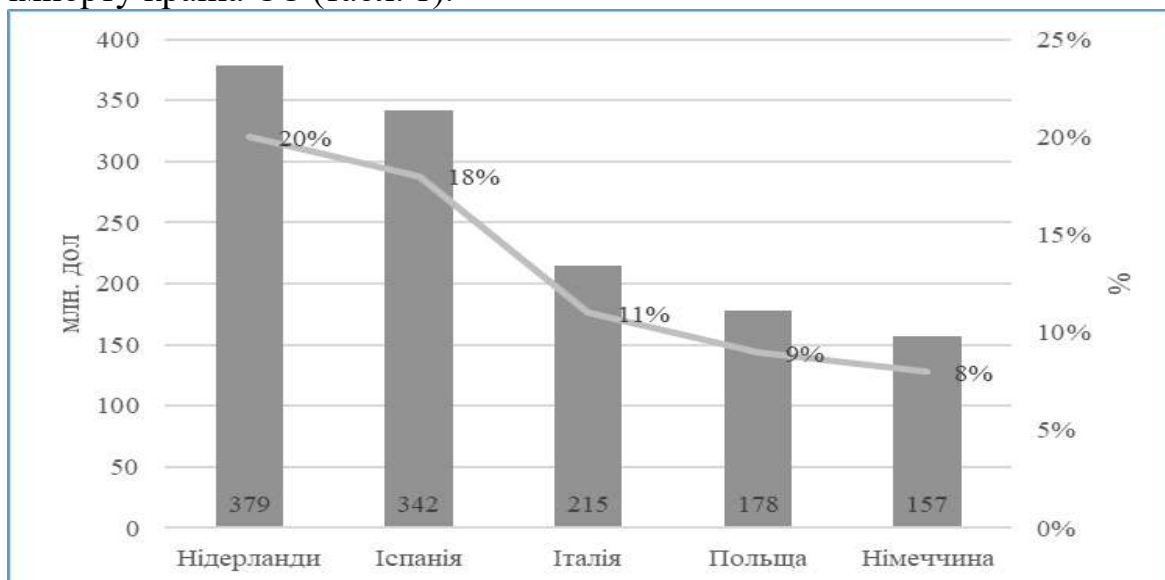


Рис. 2. ТОП 5 країн в які експортує Україна

Джерело: дані [108].

На кінець 2018 р. виручка від експорту аграрної продукції досягла 16,807 млрд дол. або 38,86 % від загального обсягу країни.

При виробництві та реалізації на експорт продукції агропромислового комплексу використовуються основні такі положення [106]:

1. ТОП-10 продуктів агропродовольчого експорту та імпорту, 2018 р.

№	з України до країн ЄС	млн дол	з країн ЄС до України	млн дол
1	Олія соняшникова	4113	Риба морожена	352
2	Кукурудза	3506	Тютюнова сировина	263
3	Пшениця	3004	Насіння соняшнику	258
4	Насіння ріпаку	1011	Харчові продукти	233
5	Макуха	922	Спирт етиловий неденатурований	231
6	Соєві боби	831	Цитрусові	216
7	Ячмінь	682	Продукти, що використовуються для годівлі тварин	196
8	М'ясо птиці	507	Олія пальмова	158
9	Цигарки	341	Банани	144
10	Цукор	217	Кукурудза	143

Джерело: дані [109].

По-перше, кожному виробнику потрібно зрозуміти, якими саме законами йому потрібно керуватися. При цьому, це залежить від того, який тип виробництва, який розмір господарства, яка форма господарювання, яку продукцію вирощує чи переробляє.

По-друге, є обов'язковою для певних видів продукції Міжнародна система аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках яка інтегрована в законодавство ЄС, її впровадження затверджено в Україні Законом «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів».

По-третє, проводиться у відповідності до стандартів та норм, прийнятих для кожного виду продукції.

По-четверте, має визначатися в стандартах регламентах щодо кожного виду продукції.

По-п'яте, захист довкілля та відновлення природних ресурсів.

Отже, першочерговим завданням підприємств є створення ефективного управління збутовою та ціновою діяльністю. Вона повинна включати вирішення завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням діяльності, проведенням системних досліджень кон'юнктури ринку, плануванням і формуванням аналітичного й інформаційного забезпечення.

¹⁰⁹ Основні показники зовнішньої торгівлі України. URL : <https://ucab.ua>.

3.2. Адміністративно-правові аспекти здійснення державного контролю (нагляду) у сфері господарської діяльності

*Кальян О. С., канд. екон. наук, доцент,
Козаченко Ю. А., канд. юрид. наук
Полтавська державна аграрна академія*

Конституція України гарантує кожному право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом, та заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини закріплені Господарським кодексом України як визначальні принципи господарювання.

Контроль та нагляд з боку держави за діяльністю господарюючих суб'єктів, за дотриманням ними норм і приписів законодавства, правил та стандартів, якістю виробленої продукції та наданих послуг є важливим напрямом реалізації завдань та функцій держави. Адже, відповідно до статті 42 Конституції України, держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів [110].

Державний контроль (нагляд) є засобом забезпечення законності у відносинах між суб'єктами господарювання та державою, фізичними чи юридичними особами та використовується для перевірки відповідності господарської діяльності нормам права, у межах яких вони мають діяти. Сутність державного контролю полягає «у спостереженні та перевірці розвитку суспільної системи й усіх її елементів відповідно до визначених напрямів, а також у попередженні та виправленні можливих помилок і неправомірних дій, що перешкоджають такому розвитку» [111, с. 351].

Правові аспекти здійснення державного контролю й нагляду у сфері господарської діяльності стали предметом досліджень у наукових працях провідних вітчизняних учених В. Б. Авер'янова, О. Ф. Андрійко, Ю. П. Битяка, О. П. Віхрова, В. М. Гаращука, С. В. Ківалова, О. М. Куракіна, І. М. Козьякова, В. К. Колпакова, І. М. Корасташова, Д. В. Лученка, С. Г. Стеценка та інших.

Основною метою здійснення контролю з боку держави за господарською діяльністю є захист прав, законних інтересів, життя та здоров'я людини, захист навколишнього природного середовища та

¹¹⁰ Конституція України від 28 червн. 1996 р. Відом. Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141 / ВР України.

¹¹¹ Адміністративне право. Академічний курс : підруч. : У двох томах : Том 1. Загальна частина ; ред. колегія : В. Б. Авер'янов (голова) та ін. Київ : ТОВ Вид-во «Юридична думка», 2004. 584 с.

забезпечення безпеки держави. Ефективність контрольно-наглядової діяльності у будь-якій сфері суспільного життя, у тому числі господарській сфері, безпосередньо залежить від досконалості законодавства, що встановлює засади, підстави й порядок здійснення контролю, та дієвості механізму його реалізації. Вищезазначене обумовлює актуальність тематики дослідження.

У науці адміністративного права існують різні точки зору щодо співвідношення понять «контроль» та «нагляд». Частина науковців ототожнюють дані поняття [112]; частина – навпаки визначають по-різному, зокрема Ю. П. Битяк наголошує, що на відміну від нагляду контроль виявляється у втручанні контролюючих органів в оперативну діяльність підконтрольних об'єктів, наданні їм обов'язкових для виконання вказівок, припиненні, зміні чи скасуванні актів управління, вжитті заходів примусу щодо підконтрольних об'єктів [113]. Поширеною є точка зору, відповідно до якої нагляд є різновидом контролю. Так, О. П. Віхров зазначає, що контроль є більш широким поняттям, ніж нагляд, оскільки допускає перевірку фактичного стану й законності, й доцільності, а також передбачає можливість втручання в оперативно-господарську діяльність підконтрольного суб'єкта [114]. В. Б. Авер'янов характеризує нагляд як окремий вид (форму) контролю, застосування якої в разі виявлення порушень супроводжується заходами впливу державно-владного характеру [115].

В Україні рамковим законом, який встановлює загальні принципи і правила проведення державного нагляду й контролю у сфері господарської діяльності та регулює порядок проведення заходів державного нагляду й контролю, є Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05 квітня 2007 р. № 877-V (далі – Закон № 877-V) [116]. Цей нормативний акт розглядає поняття контролю й нагляду в сфері господарської діяльності як синоніми, і в межах тематики дослідження автори підтримують точку зору законодавця. Згідно статті 1 Закону № 877-V, державний нагляд (контроль) – це діяльність уповноважених законом центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, державних колегіальних органів, органів виконавчої влади Автономної Республіки Крим, місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування в межах повноважень, передбачених законом, щодо

¹¹² Чиркин В. Е. Контрольная власть. *Государство и право*. 1997. № 4. С. 10–18.

¹¹³ Адміністративне право України : підруч. ; Ю. П. Битяк, В. М. Гаращук, В. В. Богущкий та ін.; за заг. ред. Ю. П. Битяка, В. М. Гаращука, В. В. Зуй. Харків : Право, 2010. С. 260.

¹¹⁴ Віхров О. П. Організаційно-господарські зобов'язання з контролю (нагляду) за господарською діяльністю. *Вісник ІЕПД НАН України*. 2011. № 1. С. 77.

¹¹⁵ Авер'янова В. Б. Державне управління: проблеми адміністративно-правової теорії та практики. Київ : Факт, 2003. С. 346

¹¹⁶ Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України від 05 квіт. 2007 р. № 877-V. *Відом. Верховної Ради України*. 2007. № 29. Ст. 389.

виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання та забезпечення інтересів суспільства, зокрема належної якості продукції, робіт та послуг, допустимого рівня небезпеки для населення, навколишнього природного середовища.

Напрями державного контролю у сфері господарської діяльності являють собою окремі види однорідних відносин у сфері господарської діяльності, у яких уповноважені органи державного контролю здійснюють спостереження за дотриманням суб'єктами господарювання норм права [117]. Відповідно до статті 19 Господарського кодексу України, держава здійснює контроль і нагляд за господарською діяльністю суб'єктів господарювання у таких сферах: збереження та витрачання коштів і матеріальних цінностей суб'єктами господарських відносин (за станом і достовірністю бухгалтерського обліку та звітності); фінансових, кредитних відносин, валютного регулювання та податкових відносин (за додержанням суб'єктами господарювання кредитних зобов'язань перед державою і розрахункової дисципліни, додержанням вимог валютного законодавства, податкової дисципліни); цін і ціноутворення (з питань додержання суб'єктами господарювання державних цін на продукцію і послуги); монополізму та конкуренції (з питань додержання антимонопольно-конкурентного законодавства); земельних відносин (за використанням і охороною земель); водних відносин і лісового господарства (за використанням та охороною вод і лісів, відтворенням водних ресурсів і лісів); виробництва і праці (за безпекою виробництва і праці, додержанням законодавства про працю); за пожежною, екологічною, санітарно-гігієнічною безпекою; за дотриманням норм і правил, якими встановлено обов'язкові вимоги щодо умов здійснення господарської діяльності; споживання (за якістю і безпечністю продукції та послуг); зовнішньоекономічної діяльності (з питань технологічної, економічної, екологічної та соціальної безпеки) [118].

Дія Закону № 877-V поширюється на всіх суб'єктів господарювання та на всі державні органи, які здійснюють контроль у сфері господарської діяльності, та покликаний забезпечити контролюючим органам можливість працювати ефективно та результативно в рамках існуючої правової бази. Виняток становлять сфери господарювання, які визначені статтею 2 Закону № 877-V. Так, норми даного закону не поширюються на відносини, що виникають під час здійснення заходів валютного контролю, митного контролю на кордоні, державного експортного контролю, контролю за дотриманням бюджетного законодавства, банківського нагляду, державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції,

¹¹⁷ Орехова І. С. Державний контроль господарської діяльності: адміністративно-правові засади : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. юрид. наук : 12.00.07. Одеса, 2009. С. 16.

¹¹⁸ Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV. Відом. Верховної Ради України. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144.

державного нагляду (контролю) в галузі телебачення і радіомовлення. У цих сферах контрольна діяльність регламентується профільним законодавством.

Система органів державного контролю у сфері господарської діяльності включає державні органи, для яких контроль є основною діяльністю, і здійснюється у відповідній сфері чи стосується певної функції, конкретних питань [111, с. 353]. Функцію державного контролю реалізують уповноважені державні органи, яких доцільно об'єднати у дві великі групи: 1) органи, для яких більшість їх функцій є контроль-но-наглядовими; 2) органи, для яких контроль-но-наглядові функції не є основними функціями їхньої діяльності [119, с. 350–351].

До першої групи доцільно віднести такі органи виконавчої влади (їх територіальні відділи): Державну аудиторську службу України, діяльність якої спрямована на забезпечення формування і реалізація державної політики у сфері державного фінансового контролю [120]; Державну податкову службу України, яка здійснює контроль за дотриманням вимог податкового законодавства [121]; Антимонопольний комітет України, до завдань якого належить державного контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції [122]; Державну регуляторну службу України, яка реалізує політику з питань нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, ліцензування та дозвільної системи у сфері господарської діяльності [123].

До другої групи належать практично всі суб'єкти публічного адміністрування економіки на центральному та місцевому рівнях. Зокрема, Державна служба України з надзвичайних ситуацій організовує і здійснює державний нагляд (контроль) за додержанням вимог законів та інших нормативно-правових актів з питань техногенної та пожежної безпеки, цивільного захисту суб'єктами господарювання [124]; Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів організовує, здійснює у межах повноважень, державний нагляд (контроль) щодо безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, дотримання вимог санітарного

¹¹⁹ Адміністративне право України. Повний курс : підруч. / Галуцько В., Діхтієвський П., Кузьменко О., Стеценко С. та ін. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 446 с.

¹²⁰ Про затвердження Положення про Державну аудиторську службу України від 3 лют. 2016 р. № 43 : постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2016. № 12. Ст. 506.

¹²¹ Про затвердження положень про Державну податкову службу України та Державну митну службу України від 6 берез. 2019 р. № 227 : Постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2019. № 26. Ст. 900.

¹²² Про Антимонопольний комітет України від 26 лист. 1993 р. № 3659-ХІІ : Закон України. *Відом. Верховної Ради України*. 1993. № 50. Ст. 472.

¹²³ Деякі питання Державної регуляторної служби України від 24 груд. 2014 р. № 724 : Постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2015. № 4. Ст. 68.

¹²⁴ Про затвердження Положення про Державну службу України з надзвичайних ситуацій від 16 груд. 2015 р. № 1052 : Постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2015. № 102. Ст. 3514.

законодавства, здоров'я та благополуччя тварин тощо [125]; Державна служба України з питань праці здійснює державний контроль за дотриманням законодавства про працю юридичними особами, у тому числі їх структурними та відокремленими підрозділами, які не є юридичними особами, та фізичними особами, які використовують найману працю [126].

Стаття 19 Господарського кодексу України встановлює, що органи державної влади і посадові особи, уповноважені здійснювати державний контроль і державний нагляд за господарською діяльністю, їх статус та загальні умови і порядок здійснення контролю і нагляду визначаються законами [127]. Дана норма відповідає конституційному принципу: органи державної влади, місцевого самоврядування діють у межах повноважень, і засобами, передбаченими Конституцією України та законами України. Однак, для багатьох контролюючих органів закони встановлюють засади правового статусу, а підстави та спосіб здійснення контрольної-наглядової діяльності регламентується на рівні підзаконних актів.

Принципово важливою засадою здійснення державного контролю у сфері господарської діяльності є те, що частота здійснення державного контролю у сфері господарської діяльності є персоніфікованою та залежить від ступеня її ризику, тобто імовірності виникнення внаслідок діяльності суб'єкта господарювання негативних наслідків для здоров'я людей та безпеки навколишнього середовища. Так, з метою оптимального розподілу та використання ресурсів органів державного контролю та запобігання порушенню вимог законодавства, згідно положень Закону № 877-V, орган державного контролю визначає критерії віднесення суб'єктів господарювання до однієї із трьох груп ризику з огляду на його ступінь: високий, середній чи незначний.

Критерії, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності та визначається періодичність проведення планових заходів державного контролю, розробляються органом державного контролю з урахуванням вимог методик Кабінету Міністрів України [128] та затверджуються ним. На сьогодні Урядом України затверджено ряд критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності у різних сферах господарської діяльності, зокрема у сферах: техногенної та пожежної безпеки; торгівлі

¹²⁵ Про затвердження Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів від 2 верес. 2015 р. № 667 : Постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2015. № 73. Ст. 2402.

¹²⁶ Про затвердження Положення про Державну службу України з питань праці від 11 лют. 2015 р. № 96 : Постанова Кабінету Міністрів України. *Офіційний вісник України*. 2015. № 21. Ст. 584.

¹²⁷ Господарський кодекс України від 16 січн. 2003 р. № 436-IV. *Відом. Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144.

¹²⁸ Про затвердження методик розроблення критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю), а також уніфікованих форм актів, що складаються за результатами проведення планових (позапланових) заходів державного нагляду (контролю) : Постанова Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 р. № 342. *Офіційний вісник України*. 2018. № 40. Ст. 1407.

та послуг; охорони навколишнього природного середовища; щодо господарської діяльності автомобільного, залізничного, міського електричного, морського і річкового транспорту; законодавчо регульованої метрології; професійної діяльності на ринку цінних паперів; виробництва особливо небезпечних хімічних речовин; ветеринарної практики; загальнообов'язкового державного пенсійного страхування тощо.

На переконання авторів статті, система перевірки господарюючих суб'єктів, яка заснована на аналізі ризиків, пов'язаних з їх господарською діяльністю, безумовно має переваги над системою перевірок, яка не залежить від специфіки діяльності суб'єкта господарювання та передбачає постійний контроль, збір й аналізування не завжди виправдано великої кількості інформації. Деретулювання у сфері господарської діяльності, зокрема шляхом обмеження кількості перевірок і права контролю за діяльністю суб'єктів господарювання, є невід'ємною складовою європейської інтеграції та має забезпечити оптимальний баланс загальнодержавних і приватних інтересів у господарській сфері, сприятиме розвитку економіки країни в цілому.

Заходи державного контролю – це планові та позапланові заходи, які здійснюються шляхом проведення перевірок, ревізій, оглядів, обстежень та інших дій, спрямованих на збирання, обробку й аналіз інформації.

Планові заходи здійснюються відповідно до річних планів, що затверджуються органом державного контролю не пізніше 1 грудня року, що передує плановому. Залежно від ступеня ризику органом державного контролю визначається періодичність проведення планових заходів державного контролю: 1) не частіше одного разу на два роки для суб'єктів господарювання, діяльність яких віднесена до високого ступеня ризику; 2) не частіше одного разу на три роки для суб'єктів господарювання, діяльність яких віднесена до середнього ступеня ризику; 3) не частіше одного разу на п'ять років для суб'єктів господарювання, діяльність яких віднесена до незначного ступеня ризику [129].

Підставами для здійснення позапланових контрольно-наглядових заходів у сфері господарської діяльності є: 1) подання суб'єктом господарювання письмової заяви до відповідного органу державного контролю про здійснення заходу державного контролю за його бажанням; 2) виявлення та підтвердження недостовірності даних, заявлених суб'єктом господарювання у документі обов'язкової звітності; 3) перевірка виконання суб'єктом господарювання приписів, розпоряджень або інших розпорядчих документів щодо усунення

¹²⁹ Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності від 05 квіт. 2007 р. № 877-V : Закон України. Відом. Верховної Ради України. 2007. № 29. Ст. 389.

порушень вимог законодавства, виданих за результатами проведення попереднього заходу органом державного контролю; 4) звернення фізичної особи про порушення, що спричинило шкоду її правам, законним інтересам, життю чи здоров'ю, навколишньому природному середовищу чи безпеці держави; 5) неподання суб'єктом господарювання документів обов'язкової звітності за два звітні періоди підряд без поважних причин або без надання письмових пояснень про причини, що перешкоджали поданню таких документів; 6) доручення Прем'єр-міністра України про перевірку суб'єктів господарювання у відповідній сфері у зв'язку з виявленими системними порушеннями або настанням події, що має значний негативний вплив на права, законні інтереси, життя та здоров'я людини, захист навколишнього природного середовища та забезпечення безпеки держави; 7) настання аварії, смерті потерпілого внаслідок нещасного випадку або професійного захворювання, що було пов'язано з діяльністю суб'єкта господарювання [129]. Перелік підстав для проведення позапланових заходів є вичерпним і розширеному тлумаченню не підлягає. Крім того, під час проведення позапланового заходу з'ясовуються лише ті питання, необхідність перевірки яких стала підставою для здійснення цього заходу, з обов'язковим зазначенням цих питань у посвідченні (направленні) на проведення заходу державного контролю.

Серед ознак державного контролю у сфері господарської діяльності доцільно виокремити наступні: 1) об'єкт контролю – дотримання законодавства у сфері господарювання (виключно публічних обов'язків суб'єктів господарювання); 2) суб'єктами відносин, що виникають у зв'язку із здійсненням контролю, є органи контрольно-наглядової діяльності (їх посадові особи) та підконтрольні суб'єкти (суб'єкти господарювання); 3) включає низку послідовних дій та охоплює стадії: підготовчу, центральну (аналітичну) та підсумкову; 4) здійснюється у визначеній законодавством процесуальній формі планово або позапланово; 5) система контролю суб'єктів господарювання базується на аналізі ризиків, пов'язаних з їх господарською діяльністю; 6) за наслідками здійснення органи контрольно-наглядової діяльності можуть видавати обов'язкові до виконання приписи (інші розпорядчі документи), застосовувати заходи адміністративного примусу або звертатись до адміністративного суду з вимогою повного або часткового зупинення виробництва (виготовлення), реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг підконтрольного суб'єкта.

На недопущення незаконного втручання та перешкоджання господарській діяльності з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного контролю спрямована система гарантій захисту прав підконтрольних суб'єктів. Важливою гарантією є принцип презумпції правомірності діяльності суб'єкта господарювання:

у разі, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акту, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів допускають неоднозначне множинне трактування прав та обов'язків суб'єкта господарювання або повноважень органу державного контролю та їх посадових осіб, що дозволяє приймати рішення як на користь суб'єкта господарювання, так і на користь органу державного контролю, то рішення повинно прийматися на користь суб'єкта господарювання [129].

За порушення встановленого законом порядку здійснення заходів державного контролю у сфері господарської діяльності посадові особи органів державного контролю несуть адміністративну відповідальність за статтею 166-21 Кодексу України про адміністративні правопорушення [130]. Крім адміністративної відповідальності за здійснення неправомірних дій посадовими особами органів державного контролю, передбачено також їх дисциплінарну відповідальність.

Значення державного контролю, як основного способу забезпечення дисципліни і законності у різних сферах суспільного життя, у тому числі у сфері господарської діяльності, важко переоцінити. Державний контроль (нагляд) у сфері господарської діяльності має превентивне значення й спрямований на попередження порушень законодавства; допомагає своєчасно виявити у діяльності суб'єкта господарювання порушення й оперативно вжити необхідні заходи для їх усунення; надає реальну оцінку результатам діяльності підконтрольного суб'єкта та є основою визначення напрямів її для удосконалення.

Ефективність державного контролю (нагляду) у господарській сфері має забезпечуватися належною організацією роботи уповноважених суб'єктів контрольно-наглядової діяльності, досконалим правовим регулюванням засобів адміністративно-правового впливу, які б дозволили реалізувати призначення державного контролю в умовах політики дерегуляції підприємництва та сприяли росту ринкової економіки.

¹³⁰ Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07 груд. 1984 р. № 8073-Х : Закон України. Відом. Верховної Ради УРСР. 1984. № 51.

3.3. Реєстраційні процедури як інструмент управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання

*Липій Є. А., канд. юрид. наук,
Нестеренко Н. М. канд. юрид. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Підприємницька діяльність є необхідною умовою суспільного розвитку, в процесі її здійснення створюється матеріальна основа життя суспільства. В той же час здійснення підприємницької діяльності може бути пов'язано із створенням загроз публічним інтересам. Відтак держава, з одного боку, має підтримувати розвиток підприємництва, створювати належні умови для його здійснення, а з іншого – забезпечувати дотримання при цьому відповідного правового режиму, за якого ця діяльність не завдає шкоди інтересам інших суб'єктів правовідносин. Одним із засобів такого забезпечення є дозвоільні процедури, покликані створювати умови для підтримки правомірної і безпечної підприємницької діяльності. Найбільш яскраво дозвоільний характер виражений у реєстраційній процедурі. Перш ніж аналізувати механізми її здійснення варто звернути увагу на сутнісні характеристики цієї процедури.

За своєю природою вона є різновидом юридичних процедур, які визначаються як «особливий нормативно встановлений порядок здійснення юридичної діяльності, що забезпечує реалізацію норм матеріального права і заснованих на них матеріальних правовідносин, які охороняються від порушення правовими санкціями» [131]. Безпосереднє їх здійснення покладається на суб'єктів публічного управління, якими є органи виконавчої влади і органи місцевого самоврядування в межах делегованих повноважень. Саме вони безпосередньо вирішують питання загального управління, керують сферами і галузями, управляють державними підприємствами, об'єднаннями, установами, організаціями, чинять управлінський вплив на недержавні об'єкти [132].

Органи місцевого самоврядування не входять до системи органів державної влади, але держава в законодавчому порядку закріплює за ними певне коло питань місцевого значення та передбачає обов'язковість їх вирішення органами місцевого самоврядування, наділяючи їх при цьому необхідними юридично-владними повноваженнями, в тому числі окремими повноваженнями органів виконавчої влади, і залишає за собою право контролювати їх виконання,

¹³¹ Байтин М. И., Яковенко О. В. Теоретические вопросы правовой процедуры. *Журнал российского права*. 2000. № 8. С. 97.

¹³² Яблонська А. С. Реєстрація суб'єктів господарювання в Україні. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2003. № 2. С. 114–120.

тобто держава вбачає в таких органах не лише громадську структуру як елемент громадянського суспільства, а й відносно відокремлену частину механізму держави [133].

Однією з важливих управлінських функцій органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування є легалізація підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Серед них чільне місце посідає державна реєстрація як обов'язкова умова легалізації цієї діяльності.

Відповідно до ч. 14 ст. 1 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» [134] суб'єктами державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності визнаються: виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації, нотаріуси, акредитовані суб'єкти – у разі державної реєстрації юридичних осіб (крім випадків, передбачених абзацами другим – четвертим цього пункту) та фізичних осіб – підприємців. Виконавчі органи сільських, селищних та міських рад (крім міст обласного та/або республіканського Автономної Республіки Крим значення) набувають повноважень з державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» у разі прийняття відповідною радою такого рішення та інші органи виконавчої влади.

Отже, однією з основних ознак суб'єкта господарювання є легальність його існування у такій якості, що передбачає необхідність проходження спеціальної процедури легалізації. Вона включає в себе два умовних етапи – власне державну реєстрацію, зі здійсненням якої закон пов'язує набуття юридичною особою правосуб'єктності, а фізичною особою – підприємницької правосуб'єктності, та другий етап, що передбачає взяття новоствореного суб'єкта на облік у окремих органах державної влади (передусім у органах Державної фіскальної служби та Пенсійного фонду України).

Державна реєстрація підприємств вперше була запроваджена в 20-і роки 20-го ст., у період НЕПу і здійснювалась органами Міністерства фінансів, що пов'язувалось із багатоукладністю економіки, новою економічною політикою та необхідністю забезпечення фіскальної функції держави. З ліквідацією усіх форм власності, крім державної та колгоспно-кооперативної, зникненням приватних підприємств державна реєстрація втратила своє значення. У п'ятдесяті роки реєстрація підприємств була формально скасована, хоча фактично це сталося набагато раніше [132, с. 114].

¹³³ Квасніцька О. О. Правове регулювання державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності : дис. канд. юрид. наук : 12.00.04. Одеса, 2006. 199 с.

¹³⁴ Науково-практичний коментар Господарського кодексу України ; за заг. ред. В. К. Мамутова. Київ : Юрінком Інтер, 2004. 688 с.

В юридичній літературі державна реєстрація в основному, пов'язується зі створенням юридичних осіб-суб'єктів підприємництва і досліджується роль реєстрації в процесі їх створення. Особливо це типово для наукового дослідження створення підприємств [135, с. 19].

Разом з тим є й інша позиція, що відокремлює державну реєстрацію суб'єкта підприємництва від його створення. Так, на думку В. І. Маркова, у Господарському кодексі України [136] необхідно чітко визначити, що суб'єкт підприємницької діяльності є створеним з моменту ухвалення його установчих документів або прийняття рішення про створення у випадках, коли установчі документи не є обов'язковими. Натомість з моменту державної реєстрації він набуває передбаченої законом правосуб'єктності (статус юридичної особи, легалізація діяльності тощо). Це дозволить розмежувати момент створення суб'єкта підприємницької діяльності та момент його державної реєстрації, акцентувати увагу правозастосовців на тому, що за реєстрацією звертається вже створений та існуючий суб'єкт саме для надбання статусу суб'єкта підприємницької діяльності [137, с.14].

Як слушно зазначається у літературі, державна реєстрація суб'єкта господарювання – складна процедура, з нею пов'язані спеціальні процедури державної реєстрації змін і доповнень в установчі документи тощо [138, с.103].

Згідно зі ч. 1 ст. 4 Закону «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», сфера його дії поширюється на державну реєстрацію всіх юридичних осіб незалежно від організаційно-правової форми, форми власності і підпорядкування, а також фізичних осіб – підприємців. Це означає єдність процедури державної реєстрації на всій території України [135, с. 79].

Аналіз дозвільних процедур, необхідних для державного підтвердження законності входження суб'єкта в господарський оборот, дозволяє зробити висновок, що легалізація суб'єктів господарської діяльності включає від 1 до 10 і більше складових:

- державну реєстрацію;
- ліцензування видів господарської (підприємницької) діяльності;
- дозвіл (висновок) органів санітарного, пожежного і екологічного контролю, органів охорони праці та інших органів на початок експлуатації торговельно-промислових об'єктів;
- квотування і ліцензування господарської діяльності у ЗЕД;
- реєстрацію (поставлення на облік) в податкових, митних органах, органах соціального і пенсійного страхування;

¹³⁵ Кравчук С. Й. Господарське право України : навч. посіб. Київ : Кондор, 2007. 264 с.

¹³⁶ Юшкевич О. Г. Провадження в справах про державну реєстрацію фізичних осіб-підприємців : дис. канд. юрид. наук : 12.00.07. Харків, 2007. 214 с.

¹³⁷ Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 31. Ст. 263.

¹³⁸ Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144.

- дозвіл органів Антимонопольного комітету на концентрацію і узгоджені дії, що обмежують конкуренцію, тощо.

Перелік етапів легалізації не є вичерпним і залежить від виду і сфери господарської діяльності. Їх склад залежить від суспільних вимог до безпеки, якості та інших характеристик господарської діяльності. Зокрема у сфері морських перевезень додатково встановлюється порядок реєстрації морських суден, у сфері автоперевезень – реєстрація і періодичний технічний огляд автотранспортних засобів і т. ін. [139, с. 80].

Державна реєстрація має основним призначенням, по перше, здійснення обліку суб'єктів господарської діяльності; по-друге, збір даних про правове, майнове та організаційне становище суб'єктів господарювання; по-третє, контроль за законністю виникнення, зміни та припинення правового статусу суб'єкта господарювання.

Отже, легалізація є невід'ємним етапом при започаткуванні будь-якої господарської діяльності, тому необхідно детальніше зупинитися на деяких правових аспектах, що регламентують цей, подекуди складний, процес. Відносини, які виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, регулюються Конституцією України [140], Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», іншими нормативно-правовими актами (Цивільний кодекс України [141], Господарський кодекс України, спеціальні закони, що встановлюють особливості правового становища окремих організаційно-правових форм господарювання, як-то закони України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [142], «Про акціонерні товариства» [143], «Про кооперацію» [144] тощо).

Головним нормативним джерелом регулювання зазначених відносин є Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», у якому визначено порядок та особливості державної реєстрації суб'єктів господарювання. Варто звернути увагу на те, що порядок державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців регулюються різними розділами Закону, хоча він є досить подібним (для фізичних осіб – простіший).

Підприємство може бути створене шляхом його реорганізації внаслідок виділення зі складу діючого підприємства чи організації одного або кількох самостійних структурних підрозділів, за рішенням трудового колективу і за згодою уповноваженого органу або власника.

¹³⁹ Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. Ст. 141.

¹⁴⁰ Цивільний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40–44. Ст. 356.

¹⁴¹ Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю : Закон України. *Відомості Верховної Ради*. 2018. № 13. Ст. 69.

¹⁴² Про акціонерні товариства : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2008. № 50–51. Ст. 384.

¹⁴³ Про кооперацію : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2004. № 5. Ст. 35.

¹⁴⁴ Адміністративне право України. Загальна частина. Академічний курс : підруч. / за заг. ред. О. М. Бандурки. Харків : Золота миля, 2011. 584 с.

Створення підприємств шляхом виділення здійснюється зі збереженням за новими підприємствами взаємозобов'язань і укладених договорів з іншими підприємствами.

Підприємство може створюватися також внаслідок примусового поділу іншого підприємства відповідно до антимонопольного законодавства України. Примусовий поділ підприємства здійснюється згідно з розпорядженням Антимонопольного комітету України та його територіальних управлінь. Розпорядження про поділ підприємства-монополіста є обов'язковим для власника або уповноваженого ним органу. Таке розпорядження визначає термін створення нових підприємств, який не може бути меншим ніж 6 місяців.

Реєстраційна процедура, як і будь-яка адміністративна процедура, включає певні стадії, тобто відносно відокремлені їх частини, які послідовно змінюють одна одну. Стадією визнається сукупність відносно самостійних, послідовних й узгоджених дій, спрямованих на розв'язання конкретного поточного завдання. Основними стадіями адміністративних процедур є: 1) порушення адміністративної справи, 2) розгляд справи по суті та прийняття рішення; 3) оскарження рішення по справі та її перегляд; 4) виконання рішення [145, с. 412–413]. Перераховані стадії властиві також і процедурі державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Про порушення справи і початок реєстраційної процедури свідчить подання відповідних документів суб'єкту реєстрації. Відповідно до ст. 17 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» для державної реєстрації створення юридичної особи (у тому числі в результаті виділу, злиття, перетворення, поділу), подається низка документів, основним з яких є заява. У заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи, утвореної в результаті поділу, виділу, додатково зазначаються відомості про відокремлені підрозділи в частині їх належності до юридичної особи- правонаступника. У заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи приватного права може зазначатися, що вона діє на підставі модельного статуту.

До заяви про державну реєстрацію додається ще заява про обрання юридичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість, та/або заява про включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій за формами, затвердженими відповідно до законодавства, – за бажанням заявника.

Серед інших документів Закон називає примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) рішення засновників, а у випадках, передбачених законом, – рішення відповідного державного органу, про

¹⁴⁵ Про фермерське господарство : Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 45. Ст. 363.

створення юридичної особи; установчий документ юридичної особи – у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа; документ про сплату адміністративного збору – у передбачених випадках; документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження (витяг із торговельного, банківського, судового реєстру тощо), – у разі створення юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа. Низка додаткових документів вимагається у разі створення юридичної особи в результаті виділу, злиття, перетворення, поділу.

Окремо визначено перелік документів, які подаються в певних особливих випадках, зокрема для державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, у тому числі змін до установчих документів юридичної особи, для державної реєстрації змін до відомостей про розмір статутного капіталу, розміри часток у статутному капіталі чи склад учасників товариства з обмеженою відповідальністю або товариства з додатковою відповідальністю, для державної реєстрації створення відокремленого підрозділу юридичної особи тощо, а також різних варіантів припинення юридичної особи.

Фізична особа, яка має намір стати підприємцем, для проведення державної реєстрації відповідно до ст. 18 Закону повинна подати державному реєстратору за місцем проживання такі документи (причому, цей перелік є закритим, вимагати додаткові документи для проведення реєстраційних дій забороняється): заяву про державну реєстрацію; заяву про обрання спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційну заяву про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість за формою, затвердженою центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної податкової і митної політики, – за бажанням заявника; нотаріально засвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування – для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності; договір (декларацію) про створення сімейного фермерського господарства – у разі державної реєстрації фізичної особи, яка самостійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство відповідно до Закону України «Про фермерське господарство» [145].

Статті 14 і 15 Закону визначають порядок подання документів для державної реєстрації та вимоги до їх оформлення. Вони можуть подаватися у паперовій або електронній формі. У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Якщо документи подаються особисто, заявник пред'являє документ, що відповідно до закону посвідчує особу. У разі подання документів

представником додатково подається примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, що підтверджує його повноваження (крім випадку, коли відомості про повноваження цього представника містяться в Єдиному державному реєстрі).

Установлений Законом про державну реєстрацію заявочний порядок державної реєстрації застосовується не до всіх видів юридичних осіб. Це, обумовлено, по-перше, специфікою діяльності і правового статусу окремих видів юридичних осіб, по-друге, необхідністю додаткового державного контролю в деяких сферах діяльності поряд з використанням інституту ліцензування та інших способів державного регулювання [133, с. 80].

Як раніше зазначалось, державна реєстрація юридичних осіб здійснюється відповідними органами, систему яких утворюють Міністерство юстиції України та інші суб'єкти державної реєстрації. Безпосередньо діяльність щодо державної реєстрації здійснює державний реєстратор, яким відповідно до ст. 6 Закону може бути громадянин України, що має вищу освіту, відповідає кваліфікаційним вимогам, визначеним Міністерством юстиції України, та перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації (крім нотаріусів), та нотаріус.

Державний реєстратор виконує низку конкретних дій, необхідних для проведення державної реєстрації: приймає документи; перевіряє документи на наявність підстав для зупинення розгляду документів; перевіряє документи на наявність підстав для відмови у державній реєстрації; проводить реєстраційну дію (у тому числі з урахуванням принципу мовчазної згоди) за відсутності підстав для зупинення розгляду документів та відмови у державній реєстрації шляхом внесення запису до Єдиного державного реєстру; веде Єдиний державний реєстр; веде реєстраційні справи; надає в установленому порядку інформацію органу державної виконавчої служби або приватному виконавцю; здійснює інші повноваження.

Порядок проведення державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців, який знаменує стадію вирішення справи по суті, визначено ст. 25 Закону і включає заповнення форми заяви про державну реєстрацію – у разі подання документів особисто заявником (за бажанням заявника); прийом документів за описом – у разі подання документів у паперовій формі; виготовлення копій документів в електронній формі – у разі подання документів у паперовій формі; внесення копій документів в електронній формі до Єдиного державного реєстру; перевірку документів на наявність підстав для зупинення розгляду документів; перевірку документів на наявність підстав для відмови в державній реєстрації; проведення реєстраційної дії (у тому числі з урахуванням принципу мовчазної згоди) за відсутності підстав для зупинення розгляду документів та відмови в державній реєстрації

шляхом внесення запису до Єдиного державного реєстру; формування та оприлюднення на порталі електронних сервісів виписки, результатів надання адміністративних послуг у сфері державної реєстрації та установчих документів; видачу за бажанням заявника виписки з Єдиного державного реєстру у паперовій формі за результатами проведеної реєстраційної дії (у разі подання заяви про державну реєстрацію у паперовій формі). Розгляд документів, поданих для державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, крім вихідних та святкових днів.

У разі подання заявником документів з порушенням встановлених вимог їх розгляд може бути зупинено на 15 календарних днів з дати зупинення. Після усунення підстав для зупинення розгляду документів протягом встановленого строку цей розгляд поновлюється. Крім того, у ряді випадків у державній реєстрації юридичної особи чи та фізичної особи-підприємця може бути відмовлено. Перелік підстав для відмови у державній реєстрації встановлено у ст. 28 Закону.

Гарантією забезпечення прав громадян на легалізацію підприємництва є врегулювання у Законі стадії оскарження рішення по справі та її перегляду. Закон визначає підстави, порядок та наслідки оскарження рішень, дій або бездіяльності державного реєстратора чи суб'єкта державної реєстрації. Передбачено альтернативний порядок оскарження зазначених рішень, дій або бездіяльності – до Міністерства юстиції України та його територіальних органів або до суду.

Таким чином, аналіз чинного законодавства України у сфері здійснення реєстраційних процедур як інструмента управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання свідчить, що в наш час це законодавство є достатньо ґрунтовним, воно на належному рівні гарантує реалізацію громадянами конституційного права на підприємницьку діяльність, встановлюючи чіткий і досить простий порядок реєстрації юридичної особи чи та фізичної особи-підприємця.

3.4. Формування правової компетентності майбутніх підприємців

*Осташова В. О., канд. юрид. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Перша стаття Основного Закону проголошує, що Україна є незалежною, демократичною, соціальною, правовою державою. Втілення у практичну площину цієї норми є завданням не лише юристів-практиків, а й усіх без виключення громадян країни. Кожна особа в межах своїх громадянських та професійних компетентностей має утверджувати зазначене положення. Оскільки заклади вищої освіти

знаходяться у безпосередній підпорядкованості у Міністерства освіти і науки України як органу виконавчої влади, покликаного реалізовувати функції держави, мета розбудови правової держави є органічно вплетеною у діяльність вишів.

Роль держави у формуванні правової компетентності базується за затверджених стандартах вищої освіти. Так наказом МОН України № 1243 від 13.11.2018 р. було затверджено стандарт вищої освіти за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність першого (бакалаврського) рівня. Необхідність формування правничої складової безпосередньо окреслено наступними компетентностями: 1) загальна – «здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні»; 2) «здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності». Як програмні результати навчання Стандартом визначено необхідність зміцнення України як демократичної, соціальної і правової держави; знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці. При формуванні освітньо-професійних програм, користуючись автономією, заклади вищої освіти самостійно формують перелік компетентностей та відповідних результатів, у тому числі правових, виходячи з власного бачення. Але головне, на нашу думку, чому мають навчити майбутнього підприємця у виші, – це «організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел». Такий програмний результат навчання відповідає формуванню як загальних, так і фахових компетенцій, в тому числі правової. Останнє також гармоніює із станом розвитку суспільства, що динамічно змінюється та вимагає від фахівців не тільки знань предметної сфери, а й здатності опановувати новації впродовж професійної діяльності.

І. Є. Галушак під правовою компетентністю розуміє сукупність здібностей та особистісно-вольових настанов, які визначають здатність та прагнення співвіднести свою соціальну поведінку з правовими нормами [146]. За І. Огороднійчуком правова компетентність – це знання соціальних норм і правил поведінки людей, що встановлюються і санкціонуються державою [147]. Останнє визначення, на нашу думку, не відображає таких важливих аспектів як активна правова поведінка

¹⁴⁶ Галушак І. Є. Формування правової компетентності майбутніх економістів. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*. 2016. № 6 (113). С. 41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpuirupr_2016_6_9 (дата звернення: 02.09.2019).

¹⁴⁷ Огороднійчук І. Сутність і структура поняття «правова компетентність» майбутніх інженерів. *Педагогічний дискурс*. 2014. Вип. 17. С. 118. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/0peddysk_2014_17_24 (дата звернення: 02.09.2019).

суб'єкта та здатність застосовувати вміння у практичних ситуаціях. Найбільш повним на думку автора є визначення С. В. Гуріна, відповідно до якого правовою компетентністю є єдність правових знань, що відображають правову дійсність; ставлення особи до правових явищ і на основі цього її правова поведінка; вона проявляється через позитивну, таку, що відповідає законам суспільства, установку стосовно себе та інших, навколишнього світу, яка приносить успіх та задоволення від досягнутих результатів [148]. Наголошуючи на необхідності приділення особливої уваги формуванню правової компетентності студентів Г. В. Камишнікова зазначає, що вона проявляється у спроможності особистості ефективно виконувати свої професійні обов'язки в правовому полі [149].

Серед науковців не склалося єдиної думки щодо структури правової компетентності. Д. М. Ключкова виокремлює наступні її складові: ціннісно-орієнтаційна, усвідомлення необхідності правомірної поведінки, формування власних настанов та ціннісних орієнтацій; регулятивно-поведінкова складова (позитивні правові настанови, здатність зважено приймати самостійні рішення і нести за них відповідальність, звертатися у разі потреби за кваліфікованою юридичною допомогою); комунікативний компонент (готовність до конструктивної правової взаємодії, ведення переговорного діалогу, аргументацію й презентацію власного погляду, досягнення домовленостей) [150]. В. В. Олійник виділяє наступні складові правової компетентності: а) правову освіченість як сукупність знань з проблем права; б) правову спрямованість як сукупність ставлень до права як соціальної, державної та особистісної цінності й зумовлює потребу постійно отримувати, розширювати арсенал засобів визначення та вирішення правових проблем; в) правову готовність як наявність умінь з вирішення конкретних правових питань [151].

Ми притримуємося думки, що до компонентів правової компетентності слід віднести когнітивну, практично-поведінкову та ціннісно-мотиваційну складову. Під когнітивним компонентом розуміємо знання норм чинного законодавства щодо підприємницької діяльності, правових аспектів управлінської діяльності (мета, завдання суб'єкта підприємницької діяльності, порядок його створення,

¹⁴⁸ Гурин С. В. Формирование правовой компетентности будущего учителя в учебно-воспитательном процессе вуза : автореф. дис. на здобуття ступня канд. пед. наук : 13.00.01. Мурманск, 2004. С. 8. URL : <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-pravovoi-kompetentnosti-budushchego-uchitelya-v-uchebno-vospitatelnom-protseesse> (дата звернення: 02.09.2019).

¹⁴⁹ Камишнікова Г. В. До питання формування правової компетентності студентів у вищій школі. *Теоретичні питання культури, освіти та виховання*. 2015. № 51. С. 170. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trkov_2015_51_44 (дата звернення: 02.09.2019).

¹⁵⁰ Ключкова Д. М. Основні критерії формування правової компетентності майбутнього вчителя. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2009. № 23 (186). Ч. 3. С. 207–212.

¹⁵¹ Олійник В. В. Формування правової компетентності керівників навчальних закладів у системі післядипломної педагогічної освіти : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. пед. наук : 13.00.04. Запоріжжя, 2008. С. 10.

функціонування та ліквідації, правові засади здійснення фінансово-господарської діяльності тощо); розуміння відмінностей організаційно-правових форм господарювання та форм власності.

Практично-поведінковий компонент передбачає набуття здатності застосовувати правові знання у професійній діяльності для ефективного функціонування суб'єкта господарювання (вміння складати нормативно-правові акти локального характеру (статут, колективний договір), договори та документи-регламенти; орієнтуватися у питаннях взаємодії з системою органів державної влади, які безпосередньо пов'язані із підприємницькою діяльністю, тощо).

У сучасному інформаційному суспільстві все більшого значення набувають новітні форми здобуття правових знань, їх ефективне використання через віртуальний простір за допомогою різноманітних пристроїв, мобільних додатків, комп'ютерних систем.

Зрозуміло, що здобуті у вищій правові знання та уміння застосовувати норми права не можуть гарантувати успішне застосування правової компетентності протягом усього професійного життя. Норми права, як і форми пошуку інформації, доволі швидко втрачають актуальність. Тому основне завдання закладу вищої освіти при формуванні когнітивного компоненту правової компетентності майбутнього підприємця – навчити орієнтуватися у середовищі, що швидко змінюється, спираючись на базові цінності – верховенство права, свободу підприємницької діяльності, недоторканість приватної власності тощо. Тому провідне місце у системі елементів правової компетентності посідає ціннісно-мотиваційний компонент. На наш погляд, саме ця складова є головною та першочерговою для формування у студентства. На відміну від двох попередніх, вона є сталою, незмінною, проте найскладнішою для втілення. Правова компетентність може вважатися сформованою лише тоді, коли стане основою ціннісних установок, коли студент переконується у необхідності правової поведінки не лише для розвитку підприємства, на якому він буде працювати, а й задля зміцнення правової, демократичної, соціальної держави України.

Досягнення поставлених результатів та формування необхідних компетентностей відбувається через вивчення дисциплін загальної та професійної підготовки. Домінуюча частина елементів правової компетентності формується при вивченні дисциплін правового циклу. Як правило до них відносять «Правознавство», «Трудове право», «Підприємницьке право», «Договірне право» тощо. І. Б. Кравчина, аргументуючи необхідність вивчення студентами неюридичних спеціальностей правової науки, пропонує запровадження вступного навчального курсу «Теорія права», що ґрунтується на зростанні ролі та значенні школи природного права, історичному і зарубіжному досвіді

[152]. Безперечно, основу правничої компетентності має складати теоретичний базис. Проте навряд такі ідеї можна зреалізувати у навчальному процесі, який обмежений у кредитах, та у першу чергу має містити дисципліни професійного спрямування. Теорія ж права є професійною дисципліною для юристів, а для неправників, зокрема для майбутніх підприємців, на переконання автора, достатнім буде вивчення окремої теми.

У нашому дослідженні ми послуговувалися також науковими здобутками колег, які аналізували стан сформованості компетентностей у майбутніх підприємців. С. В. Стеблюк оцінювала рівень організаційних та комунікативних схильностей здобувачів вищої освіти за рівнем молодшого спеціаліста, бакалавра та магістра на основі відповідей на тест-опитувальник 723 респондентів. Узагальнюючи результати зазначимо, що найчисельнішою виявилася група здобувачів з середнім рівнем комунікативних та організаційних схильностей. Друге місце за кількістю студентів за освітньо-кваліфікаційним рівнем молодшого спеціаліста займає низький рівень схильностей, за рівнем бакалавра – рівень нижче середнього, магістра – високий рівень. Автор дослідження пояснює, що вищий рівень сформованості комунікативної та організаційної складової професійної компетентності у магістрів зумовлений ступеневою освітою [153]. Отже, виходячи з органічної єдності складових інтегральної компетентності майбутніх підприємців можемо припустити, що наш аналіз сформованості правової компетентності буде аналогічним вище описаним результатам.

Цікавим є аналіз стану сформованості правової компетентності майбутніх менеджерів, проведений С. В. Совгірою та О. А. Поліщук. Результати їх дослідження засвідчили середній та низький рівень знань теоретичних основ правової направленості професійної діяльності майбутніх менеджерів, інтуїтивний пошук способів вирішення професійних практикоорієнтованих правових завдань [154].

Для здійснення аналізу сформованості правової компетентності здобувачів вищої освіти за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність нами було обрано три групи респондентів по 10 осіб: 1) студенти другого курсу, які вивчили навчальну дисципліну «Правознавство»; 2) студенти четвертого курсу, які у відповідності до навчальних планів освітньо-професійної програми «Підприємництво»

¹⁵² Кравчина І. Б. Особенности формирования правовой компетентности студентов неюридических специальностей. *Вчені записки Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»*. 2018. Т. 24. С. 213–220. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VzKhgu_2018_24_23 (дата звернення: 02.09.2019).

¹⁵³ Стеблюк С. В. Рівень сформованості професійної компетентності майбутніх фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: комунікативно-діяльнісний компонент. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. Педагогіка та психологія*. 2019. Вип. 1 (9). С. 110–113. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdupp_2019_1_31 (дата звернення: 02.09.2019).

¹⁵⁴ Совгіра С. В., Поліщук О. А. Стан сформованості правової компетентності у майбутніх менеджерів зовнішньоекономічної діяльності аграрної сфери. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. Педагогічні науки*. 2018. Вип. 155. С. 223. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2018_155_51 (дата звернення: 02.09.2019).

вивчили такі дисципліни як «Правознавство», «Підприємницьке право» та «Трудове право»; 3) студенти магістратури другого року навчання, які після опанування дисциплін правового циклу на першому (бакалаврському) рівні вивчали «Договірне право». Слід зазначити, що правова компетентність респондентів формувалася не лише при вивченні вказаних предметів, а й завдяки іншим дисциплінам загальної і професійної підготовки, при взаємодії з органами студентського самоврядування, участі в позанавчальних заходах.

Студентам було запропоновано завдання, що включали питання на правові знання у сфері підприємництва, вміння їх застосовувати у практичних ситуаціях та на виявлення системи цінностей, якими керуються майбутні підприємці. Результати проведеного дослідження узагальнено та унаочнено на рис.

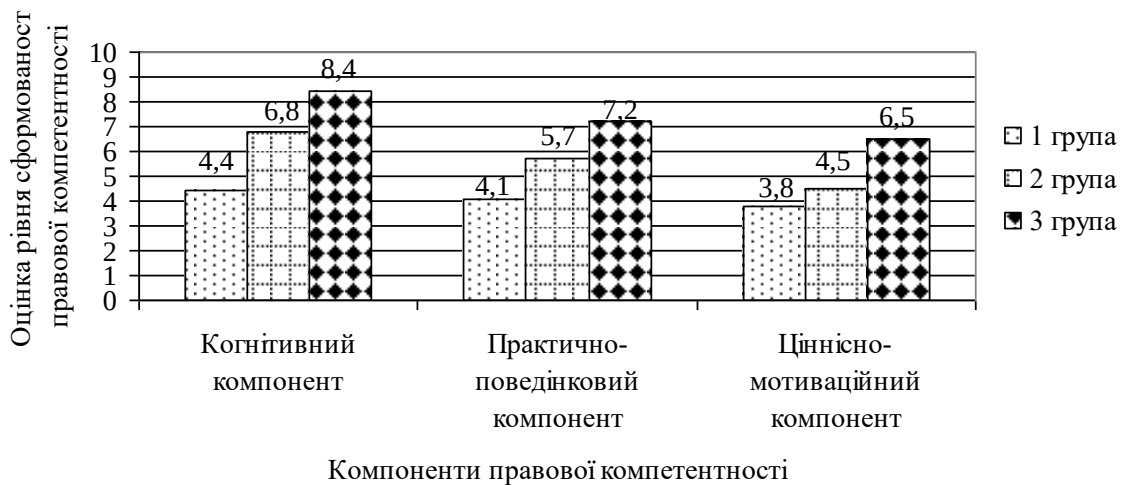


Рис. Оцінки сформованості компонентів правової компетентності здобувачів вищої освіти за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 2019 р.

Джерело: авторські розрахунки.

Отже, проведене дослідження засвідчило, що перша група респондентів, до якої входили студенти другого курсу, мають найнижчі показники сформованості усіх компонентів правової компетентності (оцінка когнітивного компоненту – 4,4; практично-поведінкового – 4,1; ціннісно-мотиваційного – 3,8), що має об'єктивні причини. Зазначені респонденти ще не вивчали ані правових дисциплін спеціального професійного спрямування, ані інших предметів професійного циклу, на яких формується правова компетентність. Участь у діяльності органів студентського самоврядування, досвід набутий у роботі круглих столів, семінарів, тренінгів професійного росту та виконання більшої частини індивідуального плану за обраною освітньо-професійною програмою, у тому числі по вивченню дисциплін «Підприємницьке право» та «Трудове право» дали змогу другій групі респондентів (студентам четвертого курсу) показати дещо кращі показники (оцінка когнітивного компоненту

– 6,8; практично-поведінкового – 5,7; ціннісно-мотиваційного – 4,5). Найкращі результати виявлено у відповідях респондентів третьої групи (магістрантів) (оцінка когнітивного компоненту – 8,4; практично-поведінкового – 7,2; ціннісно-мотиваційного – 6,5). Окрім суто навчальної складової, на нашу думку, зазначений рівень обумовлений впливом досвіду роботи і застосування правової компетентності у практичній діяльності більшості учасників третьої групи.

В цілому сформульована нами вище гіпотеза щодо рівня сформованості правової компетентності залежно від рівня освіти підтвердилася. Результати нашого дослідження співзвучні із даними, оприлюдненими іншими науковцями.

Провівши теоретичний та практичний аналіз формування правової компетентності майбутніх підприємців, підсумуємо. Найголовніші проблеми, що постають перед вишем при вирішенні зазначеної задачі, це переорієнтація із закладу, який дає готові знання до інституції, що вчить їх застосовувати та безперервно опановувати нові, орієнтуючись при цьому не лише на особисті матеріальні цілі, а й на цінності загальнолюдського характеру – утвердження правової, соціальної, демократичної держави, розвиток громадянського суспільства, розуміння та позиціонування себе як активного його члена. Навчити мислити соціально відповідально – ось надзавдання сучасної освітньої установи.

3.5. Переоцінка основних засобів: облікові аспекти та вплив на показники фінансової звітності підприємства

*Прийдак Т. Б., канд. екон. наук,
Мокієнко Т. В., канд. екон. наук, доцент,
Нездойминого О. Є., канд. екон. наук
Полтавська державна аграрна академія*

Необоротні активи відіграють важливу роль у господарській діяльності підприємств. Їх наявності уможливорює процес виробництва продукції, надання послуг і виконання робіт. Щоб сформувати повну та достовірну інформацію щодо фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, характеристику його ресурсів, провести майнову оцінку статей звіту про фінансовий стан, слід мати чіткі дані про вартість активів підприємства, значну частину яких, зазвичай, становлять об'єкти основних засобів. Саме тому процес проведення переоцінки надзвичайно важливий, але трудомісткий і складний водночас. Причиною цього є складність методології відображення результатів переоцінки в бухгалтерському обліку [155].

¹⁵⁵ Таран А. А., Циган Р. М. Залежність фінансових показників від проведення переоцінки основних засобів на підприємстві. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Сер. Економічні науки. 2013. Вип. 2. С. 317–323.

Економічне значення переоцінки основних засобів полягає у відображенні їх балансової вартості згідно зі справедливою вартістю.

Метою дослідження є розгляд сутності поняття «переоцінка» як у науковій літературі, так і в нормативно-правових актах, а також висвітлення методики її обліку та відображення інформації у фінансовій звітності підприємства.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ та методологічних підходів до проблеми переоцінки основних засобів зробили провідні вітчизняні вчені-економісти, зокрема Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, Ю. М. Грибовська, Н. М. Малюга, М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксінко, В. В. Сопко, Л. К. Сук, Н. М. Ткаченко.

Тлумачення поняття «переоцінка» різними науковцями та у нормативно-правових актах розглянуто на рис. 1.

На думку О. І. Степаненко, одним із способів підвищення інноваційної привабливості підприємства є переоцінка основних засобів. Автор зазначає, що ця процедура дає змогу визначити реальну вартість об'єктів з урахуванням сучасного стану ринку та сприяє підвищенню загальної рентабельності господарюючого суб'єкта [156].

В. В. Гавриленко досліджує питання переоцінки необоротних активів з точки зору їх впливу на власний капітал, оскільки ця операція відображається на всіх результатах діяльності підприємства [157].

Т. П. Шепель відмічає, що в умовах високої інфляції переоцінка основних фондів аграрних і промислових підприємств дозволяє: об'єктивно оцінювати реальну вартість виробничих фондів; більш точно визначати величину амортизаційних відрахувань, достатню для простого відтворення основних фондів; більш правильно й точно визначати витрати на виробництво і реалізацію продукції; ефективно встановлювати продажні ціни на реалізовані підприємством основні фонди, а також плату в разі здачі їх в оренду. Проведення переоцінки основних засобів, у першу чергу, відбивається на показниках балансу [158].

Переоцінка об'єкта основних засобів згідно з П(С)БО 7 п. 16 може здійснюватися, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу [159]. Тобто підприємство має можливість прийняти рішення про проведення переоцінки основних засобів і доведення їх вартості до справедливої вартості цього об'єкта: з урахуванням ступеня його зносу, модернізації, дообладнання тощо [160].

¹⁵⁶ Степаненко О. І. Документування операцій у процесі експлуатації основних засобів підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 24, Ч. 3. С. 86–94.

¹⁵⁷ Гавриленко В. В. Влияние на собственный капитал результатов переоценки необоротных активов. *Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2005. Вип. 7. Ч. 1. С. 305–310.

¹⁵⁸ Шепель Т. П. Методичні підходи до оцінки основних засобів: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Економіка та держава*. 2018. № 7. С. 52–55.

¹⁵⁹ Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁶⁰ Прийдак Т. Б., Мокієнко Т. В. Особливості переоцінки основних засобів. *Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон, 20–21 верес. 2019 р. Херсон, 2019. С. 241–244.

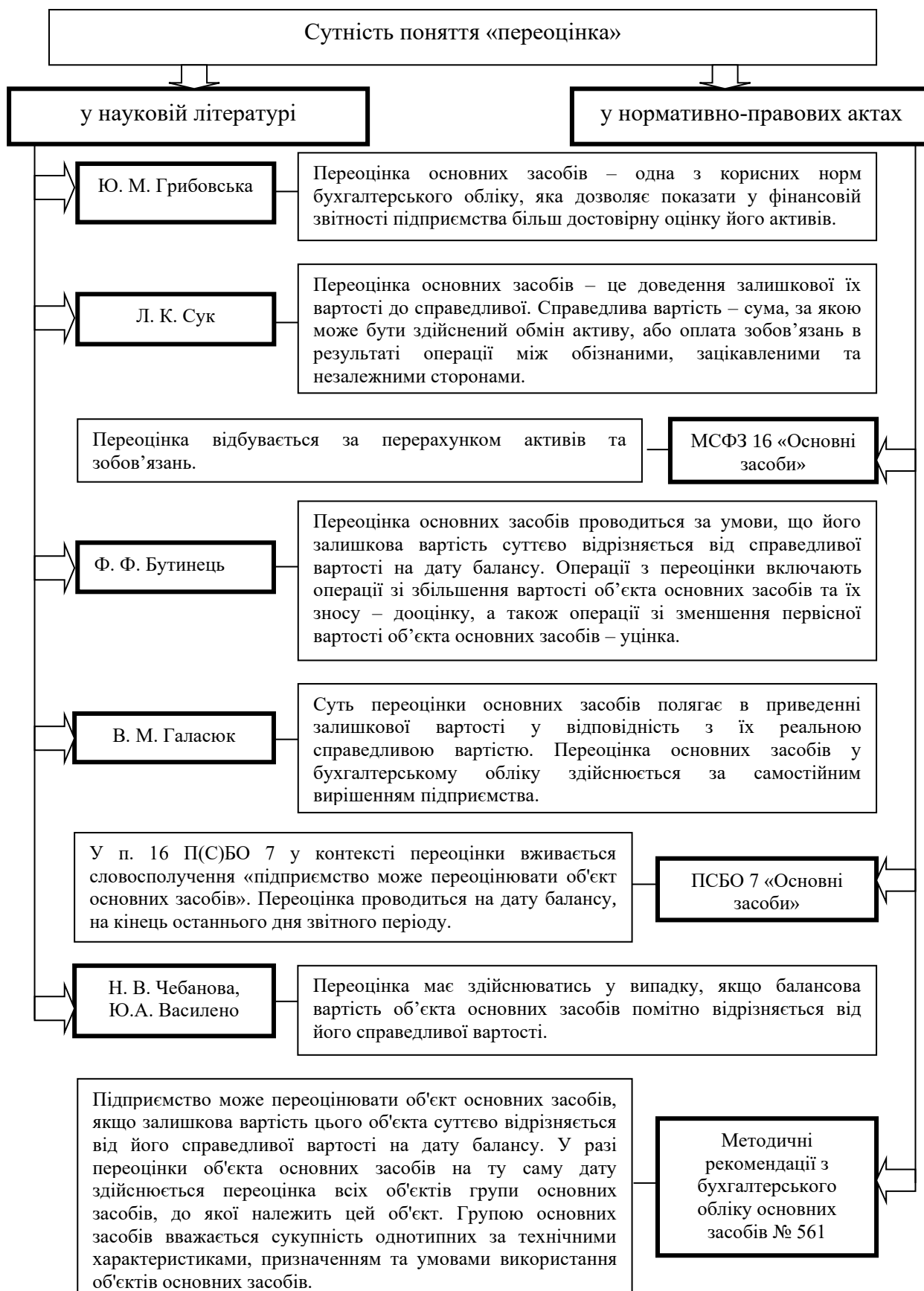


Рис. 1. Трактуювання сутності поняття «переоцінка»

Отже, на нашу думку, переоцінка основних засобів – це облікова операція, за допомогою якої залишкову вартість об'єктів необоротного активу узгоджують з його справедливою вартістю, що дозволяє показати у фінансовій звітності суб'єкта господарювання достовірну оцінку активів.

Мета переоцінки необоротного активу – привести залишкову вартість об'єктів основних засобів у відповідність з їх вартістю на ринку, що забезпечить відображення достовірних даних про фінансовий стан підприємства в його фінансовій звітності [161].

Облік переоцінки основних засобів у зарубіжних країнах також має певні особливості (рис. 2).

В той же час слід відзначити, що згідно з п. 16 П(С)БО 7 переоцінці підлягають усі об'єкти основних засобів, особливості встановлено для малоцінних необоротних матеріальних активів і бібліотечних фондів. При цьому можуть переоцінюватися:

- основні засоби, які визначені п. 5.1 П(С)БО 7 і обліковують на рахунку 10 «Основні засоби», включаючи земельні ділянки. Виняток становить інвестиційна нерухомість, облік якої ведуть на субрахунку 100, вона не підлягає переоцінці, передбаченій п. 16–21 П(С)БО 7 «Основні засоби» [162], при будь-яких способах її обліку – як за первісною (п. 18 П(С)БО 32 «Інвестиційна нерухомість»), так і за справедливою вартістю (п. 19–2 П(С)БО 32) [163];

- інші необоротні матеріальні активи, які перелічені в п. 5.2 П(С)БО 7 і відображаються на рахунку 11 «Інші необоротні матеріальні активи».

Згідно з п. 16 П(С)БО 7 МНМА та бібліотечні фонди підлягають переоцінці, якщо для них встановлено прямолінійний або виробничий метод амортизації, вони переоцінюються за правилами, передбаченими для основних засобів у п. 16–21 П(С)БО 7 [164].

Відзначимо, що у П(С)БО 7 «Основні засоби» є винятки, а саме не підлягають переоцінці малоцінні необоротні активи та бібліотечні фонди, якщо амортизація їх нараховується в першому місяці використання 50 % його вартості, а решта 50 % – у місяці їх вилучення (або списання) внаслідок невідповідності критеріям визнання активу, або в першому місяці використання об'єкта нараховуються 100 % його вартості [165].

¹⁶¹ Грибовська Ю. М. Переоцінка основних засобів: бухгалтерський облік та відображення у фінансовій звітності. Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування : колективна монографія ; за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. Полтава, 2018. С. 88–97.

¹⁶² Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁶³ Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 779 від 02 лип. 2007 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁶⁴ Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁶⁵ Долішня Т. І., Медвідь І. Б. Міжнародний досвід обліку основних засобів: порівняльний аспект. Причорноморські економічні студії. 2018. Випуск 28–2. С. 126–129.

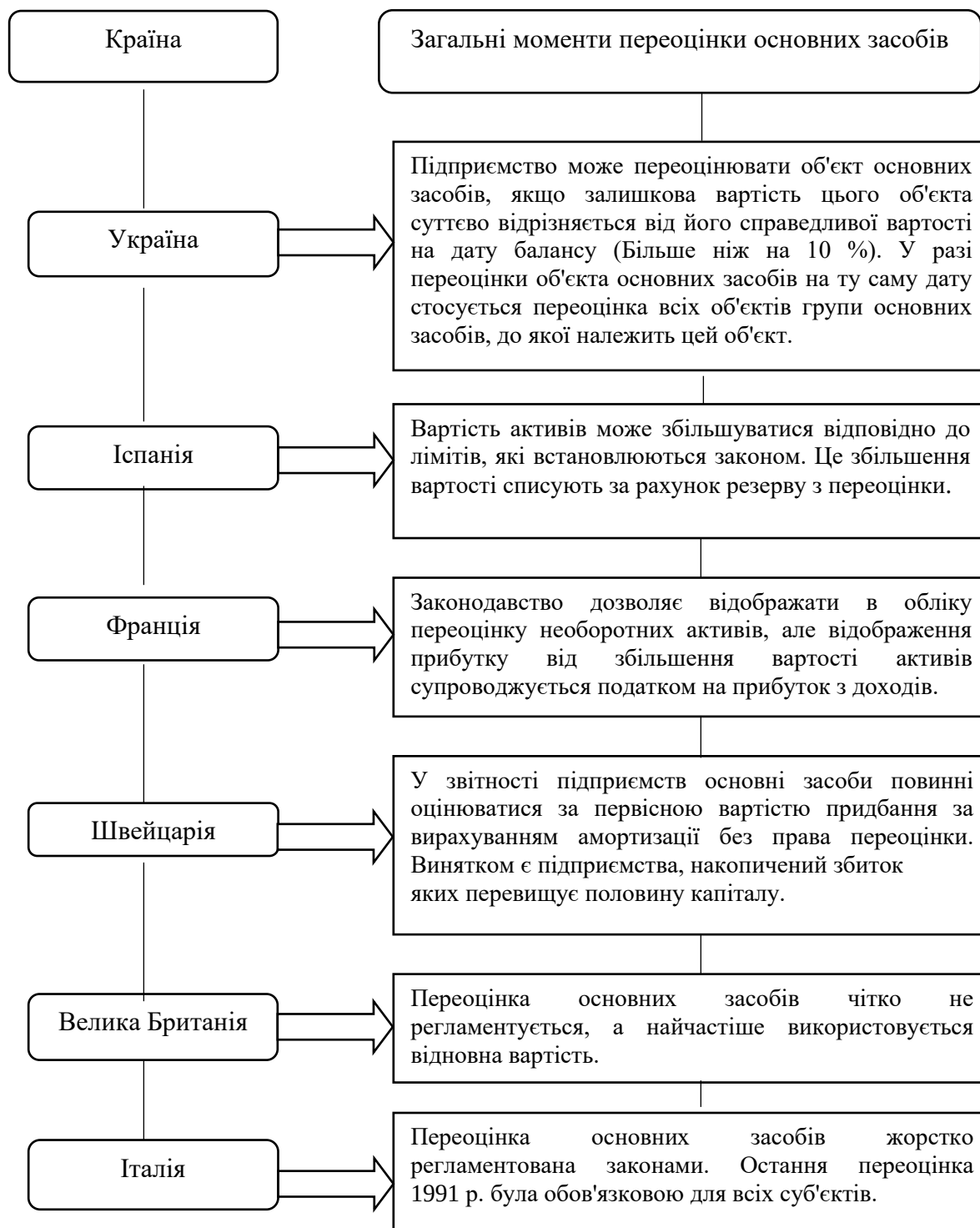


Рис. 2. Особливості переоцінки основних засобів в Україні та зарубіжних країнах

Джерело: дані [166].

Підприємство може переоцінювати об'єкт основних засобів, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу. Відповідно до положень П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», справедлива вартість – сума, за якою

¹⁶⁶ Добрава Я. Р., Збириновська Ю. С., Шкірко О. І. Проблеми обліку основних засобів і амортизації в Україні та закордоном. *International Scientific Journal «Internauka»*. 2017. № 15 (2). С. 74–79. URL : <http://www.inter-nauka.com>.

можна продати актив або сплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату [167].

О. В. Бондар пропонував проводити періодично переоцінку основних засобів, та оцінювати їх за справедливою (ринковою) вартістю [168].

В цілому, як зазначає С. Ю. Горбань, фактично переоцінена вартість – це та ж сама справедлива вартість об'єкта основних засобів, оскільки проведення переоцінки передбачає досягнення такої вартості об'єкта, за якою його можна продати або обміняти на інші активи у сучасних умовах господарювання [169].

На думку В. Ф. Палія, справедлива вартість являє собою відновлювану вартість при переоцінці активів чи витрат.

Розглянемо трактування поняття «справедлива вартість» згідно законодавства (табл. 1).

1. Трактування поняття «справедлива вартість» відповідно до законодавства

Джерело	Визначення
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»	Справедлива вартість – сума, за якою може бути здійснений обмін активу, або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами.
МСФЗ 13 «Оцінка справедливої вартості»	Справедлива вартість – це ціна, яка була б отримана за продаж активу або сплачена за передачу зобов'язання у звичайній операції на основному (або найсприятливішому) ринку на дату оцінки за поточних ринкових умов (тобто вихідна ціна) незалежно від того, чи спостерігається така ціна безпосередньо, чи оцінена за допомогою іншого методу оцінювання.
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств»	Справедлива вартість – сума, за якою можна продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату.

Справедливу вартість об'єкта основних засобів для встановлення необхідності переоцінки підприємство може визначити самостійно за правилами, наведеними в додатку до П(С)БО 19 для різних груп основних засобів. Однак остаточна величина справедливої (переоціненої) при відображенні результатів переоцінки в обліку формується на підставі акта оцінки об'єктів основних засобів, зробленої

¹⁶⁷ Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств», затверджене наказом Міністерства України № 163 від 07 лип. 1999 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁶⁸ Бондар О. В. Проблеми оцінки та переоцінки основних засобів на сучасному етапі реформування бухгалтерського обліку. *Динаміка наукових досліджень-2003. Економіка. Бухгалтерський облік* : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпропетровськ-Київ-Кривий Ріг, 20–27 жовтня 2003 р. Дніпропетровськ-Київ-Кривий Ріг, 2003. С. 4–6.

¹⁶⁹ Горбань С. Ю. Оцінка основних засобів за справедливою вартістю: вимога сьогодення. *Економічна і суспільство*. 2018. Вип. 15. С. 820–824.

незалежним оцінювачем [170].

Визначення індексу переоцінки за кожним об'єктом основних засобів із переоцінюваної групи згідно з п. 17 П(С)БО 7 за формулою:

Індекс переоцінки = Справедлива вартість об'єкта основних засобів : Залишкова вартість об'єкта основних засобів.

Отриманий індекс переоцінки може бути:

> 1 – справедлива вартість більша від залишкової, проводиться дооцінка;

< 1 – залишкова вартість більша від справедливої, проводиться уцінка.

Міністерство фінансів визначило критерій суттєвості в розмірі:

- або не більше 10 % відхилення залишкової вартості об'єкта від його справедливої вартості (п. 34 Методичних рекомендацій № 561, пп. 2.20.1 Методичних рекомендацій № 635) [171];

- або 1 % чистого прибутку (збитку) підприємства (п. 34 Методичних рекомендацій № 561) [172].

Дане визначення стосується лише відсутності інформації, але не враховує її достовірність. Отже, категорія суттєвості в системі національної бухгалтерської стандартизації поки не знайшла достатньо докладного опрацювання.

На погляд С. М. Кафки, переоцінену вартість основних засобів недоцільно відображати на рахунках бухгалтерського обліку, але необхідно наводити в фінансовій звітності. Це треба передбачити в обліковій політики. В обліковій політики необхідно встановити умови, методи, техніку і організацію проведення переоцінки основних засобів. У свою чергу, в статті 32 Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» зазначено, що частота переоцінок залежить від коливань справедливої вартості переоцінюваних об'єктів основних засобів. У випадку, якщо справедлива вартість переоціненого активу суттєво відрізняється від його балансової вартості, слід проводити подальшу переоцінку.

Деякі об'єкти основних засобів можуть зазнавати значних і постійних коливань справедливої вартості, потребуючи щорічної переоцінки. Такі часті переоцінки не потрібні для об'єктів основних засобів з незначними коливаннями справедливої ринкової вартості. У такому разі достатньо оцінювати їх кожні три або п'ять років [173].

Переоцінка проводиться за рішенням підприємства, закріпленням відповідним наказом керівника, у якому, зокрема, необхідно зазначити дату проведення переоцінки та групу основних засобів, яка переоцінюватиметься.

¹⁷⁰ Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 163 від 07 лип. 1999 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁷¹ Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені наказом Міністерства фінансів України № 635 від 27 черв. 2013 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁷² Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, затверджені наказом Міністерства фінансів України № 561 від 30 вер. 2003 р. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁷³ Кафка С. М. Облікова політика щодо основних засобів. *Теоретичні проблеми економіки та управління*. 2017. № 2 (16) 59–70.

СТОВ «Авангард» (підприємство, організація)		Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ		347250		ЗАТВЕРДЖУЮ: (посада, ініціали та прізвище) (підпис) « ____ » _____ 20 ____ р	
АКТ ПЕРЕОЦІНКИ ОБ'ЄКТА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ		Номер документа			3		
		Дата складання			27 вересня 2018 р.		
		Найменування об'єкта			Верстат для обробки деревини		
		Інвентарний номер			234598		
		Заводський номер			В 3695487		
		Місце знаходження(експлуатації)			Цех основного виробництва		
		Матеріально відповідальна особа			Комірник Кизим Л. О.		
Розрахунок переоцінки об'єкта основних засобів							
Первісна вартість, грн	Накопичений знос, грн		Залишкова вартість, грн		Справедлива вартість, грн	Індекс переоцінки (гр. 4 : гр. 3)	
1	2		3		4	5	
159 750,00	80 300,00		79 450,00		115 850,00	1,458	
Переоцінена первісна вартість, грн.		Результат переоцінки первісної вартості, грн.		Переоцінений накопичений знос, грн.	Результат переоцінки накопиченого зносу, грн.		
		дооцінка	уцінка		дооцінка	уцінка	
6		7	8	9	10	11	
232 915,50		73 165,50		117 077,40	36 777,40		
Голова комісії _____ (посада) (підпис) (ініціали та прізвище) Члени комісії: _____ (посада) (підпис) (ініціали та прізвище) _____ (посада) (підпис) (ініціали та прізвище) _____ (посада) (підпис) (ініціали та прізвище) _____ (посада) (підпис) (ініціали та прізвище)							
Результат переоцінки об'єкта основних засобів							
Результат переоцінки	За дебетом рахунку		За кредитом рахунку		Сума, грн		
первісної вартості	104		411		73 165,50		
накопиченого зносу	411		131		36 777,40		
Особа, яка відобразила господарську операцію в бухгалтерському обліку _____ (підпис) (посада, ініціали та прізвище) « ____ » _____ 20 ____ р. Головний бухгалтер _____ (підпис) (ініціали та прізвище)							

Рис. 3. Запропонована форма Акта переоцінки об'єкта основних засобів

Джерело: дані [174].

Група основних засобів для цілей переоцінки – це сукупність однотипних за технічними характеристиками, призначенням та умовами використання об'єктів [175].

¹⁷⁴ Степаненко О. І. Документування операцій у процесі експлуатації основних засобів підприємства Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип. 24, Ч. 3. С. 86–94.

¹⁷⁵ Грибовська Ю. М. Переоцінка основних засобів: бухгалтерський облік та відображення у фінансовій

Якщо залишкова вартість об'єкта основних засобів переоцінюється, на ту ж дату повинні бути переоцінені всі об'єкти основних засобів тієї групи, до якої він належить.

Залучення незалежного оцінювача для переоцінки основних засобів у бухгалтерському обліку є обов'язковим, перелік таких осіб наведено в ст. 5 Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» № 2658-III [176]. Якщо ж підприємство здійснить переоцінку основних засобів самостійно, таку переоцінку буде визнано недійсною. До того ж у такому випадку може мати місце заниження об'єкта оподаткування, зокрема, з податку на прибуток чи єдиного податку (а якщо переоцінені основні засоби продавалися – ще й ПДВ), що під час проведення перевірки тягне за собою нарахування штрафу згідно Податкового кодексу України та пені.

Документом, який підтверджує розмір справедливої (переоціненої) вартості об'єкта, є Звіт про оцінку (Акт оцінки) майна. Оскільки переоцінка повинна проводитися на дату балансу, то виходить, що дата, зазначена у Звіті про оцінку, повинна збігатися з датою балансу [177].

Акт переоцінки основних засобів застосовується для визначення суми дооцінки та уцінки об'єктів основних засобів відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у державному секторі.

Інформація про основні засоби вноситься до акту із зазначенням назви об'єкта, інвентарного (номенклатурного) номера, первісної (переоціненої) та справедливої вартості, суми зносу, індексу переоцінки, суми переоціненої вартості та зносу після проведення переоцінки, суми зміни у вартості об'єкта та його зносу, ліквідаційної вартості. За відсутності даних у відповідних графах проставляється прочерк.

Акт складається в одному примірнику комісією, призначеною розпорядженням (наказом) керівника суб'єкта державного сектору, та затверджується керівником суб'єкта державного сектору.

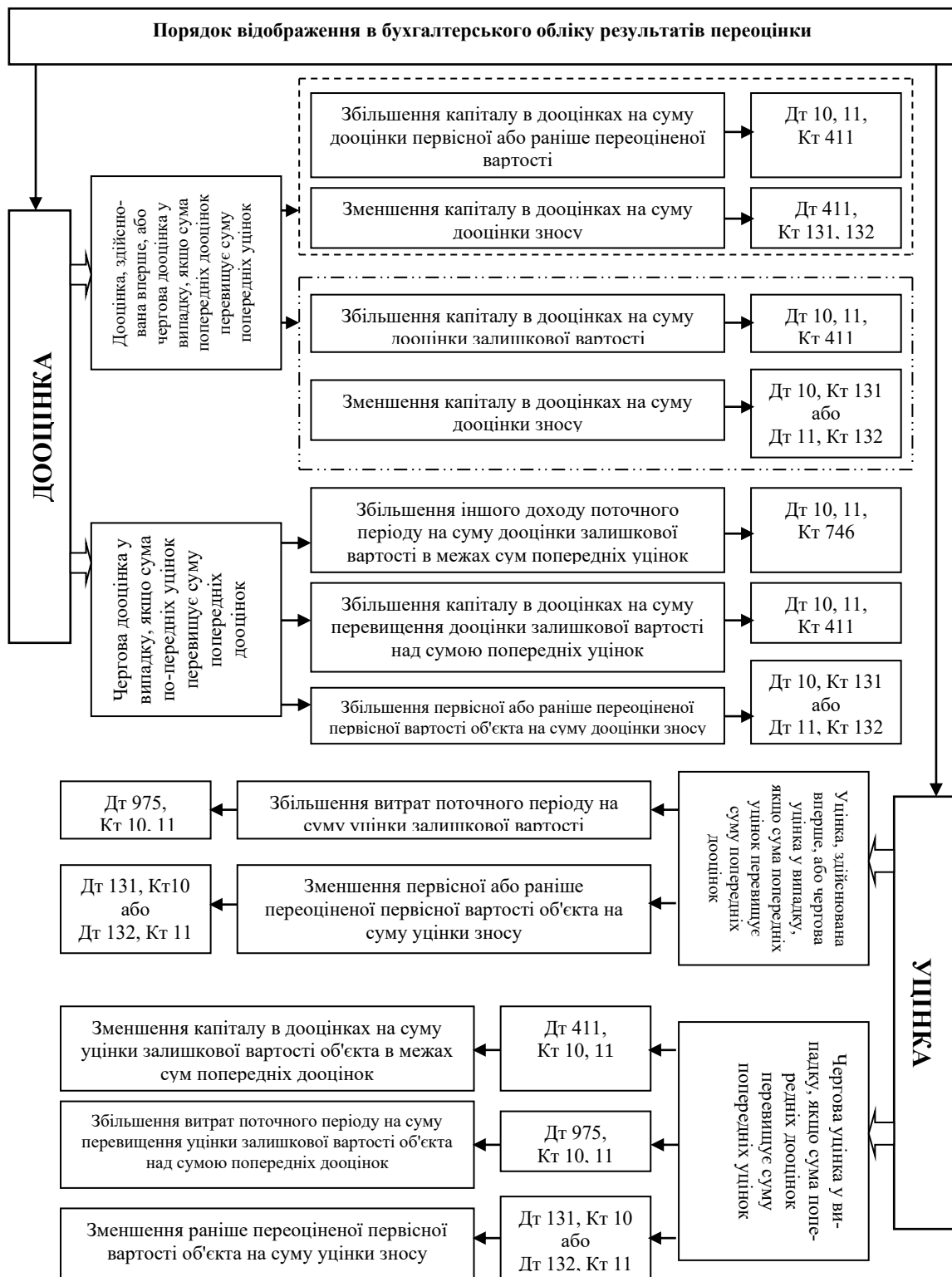
Процес відображення в бухгалтерському обліку переоцінки основних засобів відбувається з використанням таких основних рахунків бухгалтерського обліку:

Рахунок 10 «Основні засоби» призначено для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух власних або отриманих на умовах фінансової оренди об'єктів і орендованих цілісних майнових комплексів, які віднесені до складу основних засобів, а також об'єктів інвестиційної нерухомості.

звітності. Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування : колективна монографія / за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. Полтава, 2018. С. 88–97.

¹⁷⁶ Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні № 2658-III від 12 лип. 2001 р. : Закон України. URL : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

¹⁷⁷ Зубар Г. В. Переоцінка основних засобів: чи обов'язково потрібно робити і як саме. *Бухгалтер & закон*. 2018. № 216-27. URL: <http://bz.ligazakon.ua/ua/magazine/900432>.



- - - варіант 1 (згідно з Методичними рекомендаціями № 561); _ . . _ варіант 2 (альтернативний)

Рис. 4. Відображення в бухгалтерському обліку дооцінок та уцінок

Рахунок 13 «Знос (амортизація) необоротних активів» призначений для узагальнення інформації про нараховану амортизацію та індексацію зносу (накопиченої амортизації) необоротних матеріальних і нематеріальних активів, що підлягають амортизації.

Субрахунок 411 «Дооцінка (уцінка) основних засобів» рахунку 41

«Капітал у дооцінках» призначено для обліку і узагальнення інформації про дооцінки (уцінки) необоротних активів [178].

Розглянемо порядок відображення результатів переоцінки необоротних активів на рахунках бухгалтерського обліку (рис. 4).

Як зазначають Н. В. Кудлаєва, В. Д. Попова, якщо переоцінка основних засобів проводиться періодично та при цьому враховуються умови відтворення, то відтворювальна вартість дає реальну картину вартості основних засобів і передбачає реальну оцінку на момент складання фінансової звітності. Результати проведеної переоцінки відображають у фінансовій звітності (рис. 5).

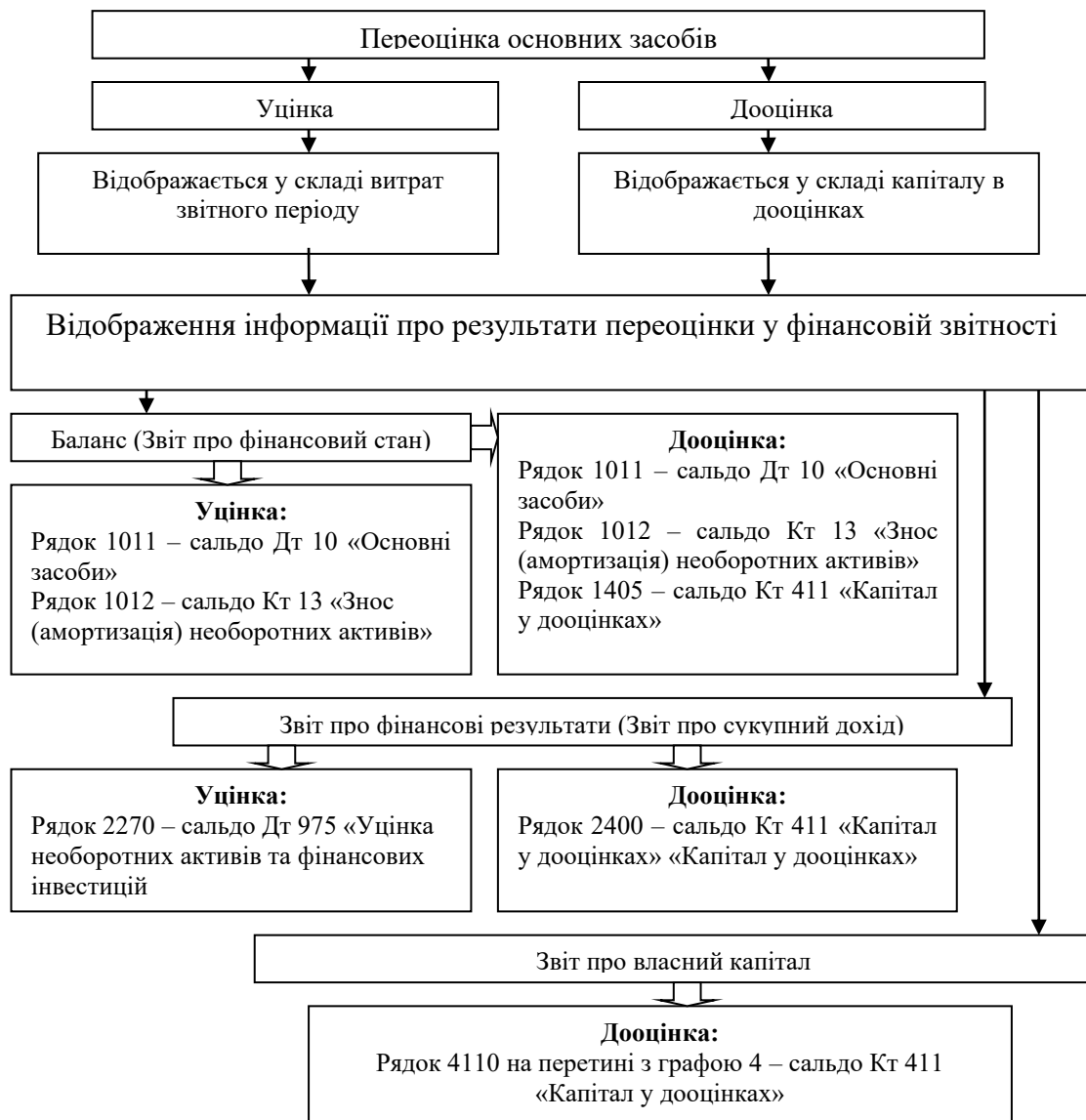


Рис. 5. Відображення результатів переоцінки у фінансовій звітності

Результати переоцінки основних засобів відображають у фінансовій звітності, дооцінку – в балансі, звіті про фінансові результати та звіті про

¹⁷⁸ Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 від 30 лист. 1999 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

власний капітал; уцінку – в балансі й звіті про фінансові результати.

Отже, проведення переоцінки необоротних активів є багаторівневим процесом, який вимагає повного фіксування й документування інформації на всіх етапах здійснення – від обґрунтованості прийняття рішень до визначення кінцевих результатів. Результати дослідження показують, що для документування оформлення проведення переоцінки основних засобів складають первинний документ «Акт переоцінки об'єкта основних засобів». В цілому важливо відзначити, що правильність бухгалтерського обліку процесу переоцінки впливає на формування показників фінансової звітності підприємства.

РОЗДІЛ 4

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

4.1. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління персоналом готельної індустрії

*Архіпова С. П., д-р пед. наук, професор,
Навчально-науковий інститут педагогічної освіти, соціальної роботи і
мистецтва Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького
Польова Л. В., канд. пед. наук
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»*

Сучасний світ, що динамічно розвивається, диктує потребу підвищити ефективність діяльності працівників, оптимізації для якісного управління. Це особливо важливо для готельної індустрії, що взаємопов'язана з споживачами, працівниками, клієнтами. Для того, щоб управляти процесом, вже недостатньо керувати поведінкою людей. Щоб досягти ефективної роботи потрібно створити єдину систему стандартів, норм і правил, керуючись тим, що люди думають і відчують. А особливо зосередитися на досягненні поставлених задач закладу готельної індустрії.

Керівники сфери обслуговування все більше схиляться до висновку, що корпоративна культура в колективі, їхні цінності та ідеали є дуже важливим інструментом, який дає можливість всіх працівників націлити на спільну працю. Саме персонал представляє свій заклад і за його допомогою весь процес рухається в одному напрямку як одне ціле. Працівники будь-якого закладу приймуть правильне рішення у важливий момент керуючись цінностями і стандартами свого закладу але при умові якщо в даному закладі є розвинена корпоративна культура.

Корпоративна культура – нова галузь знань, яка відноситься до управлінських наук. Існує багато термінів, які трактують корпоративну культуру, наприклад як: «організаційна культура», «фірмова культура», «культура підприємництва», «культура організації». Зазвичай корпоративну культуру трактують як звичку, що увійшла у колектив і є їхньою традицією, яку більшою чи меншою мірою поділяють всі працівники закладу і яку повинні застосовувати хоча б частково новачки. І як зазначила Д. Л. Бікташева, що корпоративна культура виділилася з відносно нової галузі знань – організаційної поведінки, яка вивчає загальні підходи, принципи, закони та закономірності в наступних напрямках: особистість в організації; групову поведінку в

організації; поведінка керівника в організації; адаптація організації до внутрішнього і зовнішнього середовища, підвищення організаційної ефективності в діяльності організації [179].

Однак О. С. Виханский зазначає, що корпоративна культура може бути визначена як система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що взаємодіють між собою, притаманних даній корпорації, відображають її індивідуальність і сприйняття себе та інших у соціальній та речовинній середовищі, що виявляється в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [180].

Таким чином, важливою проблемою є розвиток теоретичних підходів дослідження корпоративної культури в готельній індустрії, які являються об'єктом дослідження корпоративної культури та її вплив на поведінку персоналу.

Серед великої кількості робіт дослідження корпоративної культури в закладах присвячено в працях М. Армстронга, Ф. Харріса, Ч. Хенді, Е. Шейна, Г. Хофстеде, Дж. Моргана, К. Шольца, К. Голда та ін.

Вагомий внесок у дослідження процесів стимулювання і мотивації персоналу спостерігаємо у дослідженнях Е. Мейо, Д. Мак-Грегора, Л. А. Бурганова, А. К. Гастева, Ю. Д. Красовського, В. А. Ядова.

Процес становлення корпоративної культури в індустрії гостинності досліджують Є. В. Агамірова, Л. Є. Басовський, Н. І. Кабушкін, А. А. Коршунов,

Г. А. Папірян та ін. Ті чи інші аспекти культури організації досліджуються в роботах В. А. Співака, О. С. Віханського, А. І. Наумова, Е. А. Капітонова, С. В. Щербини, С. В. Маловичко та ін.

Однак представлені дослідження недостатньо розглядають вплив корпоративної культури на результативність в готельній індустрії.

За думкою зарубіжних та вітчизняних науковців, що саме в людських діях знаходиться резерв управління стосунками в закладі. А головним стержнем управління людськими відносинами є корпоративна культура, яка пропонує усім членам фірми модель поведінки, цінності, філософію закладу, цілі, норми, які відображаються в їхній повсякденній діяльності і є головною при ухваленні будь-яких рішень.

Як відомо, для того, щоб бути конкурентноспроможним в ринкових умовах готельної індустрії важливо мати відмінні риси, що створює фундамент для побудови очікувань перед споживачами, і отримати свій індивідуальний образ може дозволити корпоративна культура.

Готельна індустрія за останні роки модернізувалась і має такі показники, що може задовольнити найвимогливішого клієнта. У зв'язку з цим до недавнього часу керівництво ставило на перший план управління виробництвом. Однак сучасні зміни вимагають вирішувати

¹⁷⁹ Бікташева Д. Л. Менеджмент в туризм. Москва : «Альфа-М», «Инфра-М». 2007. 272 с.

¹⁸⁰ Виханский О. С. Менеджмент. Москва: «Економіст». 2006. 672 с.

нові завдання, більш прогресивно підходити до організації праці у конкурентоспроможному становищі готельної індустрії, оскільки саме від неї залежить створення ефективного бізнесу. Від стану корпоративної культури в закладі залежить дохід і процвітання закладу.

Формування базових цінностей і принципів – це певна процедура. Потрібно залучити до їх розробки всіх ключових співробітників. Це не може йти від однієї людини, навіть якщо він власник закладу. Принципи залежать від позиціонування в суспільстві і від того, яким чином заклад бачить свій внесок в його розвиток.

Корпоративна культура в українській готельній індустрії перебуває на стадії розвитку і бажає бути кращою. На сьогоднішній день спостерігається розроблення кожним закладом індивідуального стилю, який полягає в оформленні інтер'єру даного закладу, передбачається особливий підхід до підбору кадрів. Все це створює перше враження про даний заклад.

За дослідженням Т. В. Момотова оцінка сучасного стану корпоративної культури показала, що 55 % керівників готельної індустрії вважають, що корпоративна культура повинна існувати на підприємстві, 35 % – сприймають її за необхідність але не використовують для її розвитку ні ресурсів, ні часу. А 10 % вважають існування корпоративної культури на підприємстві не потрібною. Однак 40 % керівників на зразок закордонного досвіду намагаються створити корпоративну культуру на своєму підприємстві [181].

У класичному розумінні корпоративна культура розглядається як інструмент стратегічного розвитку компанії через стимулювання інновацій та управління змінами [182].

Хоча всім відомо, що корпоративна культура існує в будь-якому закладі з моменту його виникнення. Вона також проявляється в роботі і поведінці персоналу. Створюючи професійний досвід, працівники формують своє ставлення до: мети закладу, планів на майбутнє, мотивації персоналу, виробництва, якості роботи.

Основні постулати корпоративної культури закладено в принципах закладу. Відповідно, коли вони прийняті, вони повинні бути розділені всіма. Той, хто їх розділяє, залишається працювати далі, інші, на жаль, не можуть працювати в цьому закладі.

Науковці виокремлюють три рівні корпоративної культури:

- зовнішні прояви (поверхневий рівень);
- цінності й вірування (смісловий рівень);
- базові концепції та відносини (глибинний рівень).

До поверхневого рівня належать видимі й відчутні елементи

¹⁸¹ Момот Т. В. Вартісно-орієнтоване корпоративне управління: від теорії до практичного впровадження : монографія. Харків : ХНАМГ, 2006. 380 с.

¹⁸² Корнієнко В. І. Команда: формування, управління, ефективність : навч. посібник. Перм : Зах.-Урал. ін-т екон. і права. Київ, 2006. 272 с.

культури: манера поведінки, мова та мовлення, правила, фірмові й товарні знаки, фірмовий одяг, інтер'єр приміщень, архітектура будівель.

Смисловий рівень культури формує цінності й вірування корпорації, роз'яснює мету її існування.

На глибинному рівні цінності сприймаються автоматично, підсвідомо і вважаються істинними, незамінними, такими, що не потребують узаконення [183].

Водночас аналіз вітчизняної наукової літератури свідчить, що формування корпоративної культури в готельній індустрії лише набирає обертів. У дослідженнях таких фахівців як Б. Гаєвський, І. Лопушинський, Н. Нижник, О. Оболенський акцентується увага на організаційній, управлінській, професійній, правовій, моральній, етичній культурі фахівців сфери обслуговування.

Саме тому під корпоративною культурою розуміють [183]:

- 1) систему цінностей і переконань, що поділяються всіма працівниками готельно-ресторанної індустрії, зумовлюючи їхню поведінку та характер професійної діяльності;

- 2) дієвий інструмент підвищення ефективності роботи фахівця готельно-ресторанної індустрії, основою якого є вироблена стійка система професійних знань, оцінок, моральних норм і цінностей, прийнятий кодекс поведінки та звичаї.

Якщо є корпоративна культура уже існує в закладі, то викорінювати принципи чи будь-які цінності не варто. Коли принципи прийняті і основна частина діє відповідно до них, то далі все відбувається автоматично. Інша частина співробітників або приймають ці принципи або, побачивши, що вони їм по якихось параметрах не підходять, шукають інший заклад.

Отже корпоративна культура в готельній індустрії характеризується:

- 1) працівники готельної індустрії повинні розуміти те, що від їхніх дій буде залежати результативність діяльності закладу і визначатись стратегія його розвитку. Перед персонал стоїть завдання лише за декілька хвилин встановити контакт з клієнтом і справити одночасно позитивне враження. Особливої уваги заслуговують туристи з інших країн, адже у них складеться враження не тільки про даний заклад, а від країни загалом;

- 2) будь-який працівник повинний сумлінно ставитись до своїх обов'язків, виконувати свою роботу, що призводить до особистого продукту спільної діяльності з даним закладом. Кожен працівник повинний бути фахівцем своєї справи і мати спеціальну підготовку;

- 3) кожен працівник повинен знаходити і використовувати

¹⁸³ Поліщук Н. С. Науково-теоретичні засади формування корпоративної культури державних службовців. *Теорія та практика державного управління*. 2008. Вип. 3 (22). С.408–415.

найбільш оптимальні способи діяльності;

4) від виконання обов'язків працівників залежить взаємоповага колег та керівництва. А також підвищується взаємоповага і дружні відносини між працівниками в колективі;

5) працівники повинні насамперед вміти створювати відчуття гостинності. Вони повинні зробити обличчя закладу, як обличчя супермоделі, – бездоганне. Працівники повинні бути найкращі, які повинні бути стриманими і терпеливими і бути готовими до виконання усіх вимог клієнтів;

6) керівництво повинні мислити масштабно, усвідомлюючи про важливість персоналу, від дій якого формується думка про заклад. А будь який працівник повинен розуміти, що забезпечення високої якості обслуговування клієнтів на даний час є успіхом серед конкурентів. Адже сьогодні споживачі вимагають найкращого обслуговування, а ті заклади, які справляються з цим завданням найкраще займають лідируючі позиції.

7) керівництво не повинно забувати, що гарну перспективу закладу роблять гості, тому весь світ має обертатись навколо них.

Однак в українській готельній індустрії у стані встановлення корпоративної культури існує проблема, така як вітчизняний імідж. По суті готельєри створюють не тільки ринок, а й себе. У нас немає мабуть жодного готельєра у другому поколінні. Зазвичай ними ставали люди, які досягали успіху в якомусь іншому бізнесі. Тому всі вчилися. І вчилися у реальному світі, на практиці. Незважаючи на бажання створити добре організований заклад вітчизняним закладам бракує досвіду. А також існує проблема в таких працівниках, які вміють на професійному рівні обслуговувати клієнта. Існує думка, що найкращим фахівцем готельної індустрії міг би бути артист. Однак, той факт, що зараз приходить інвестор, будуючи заклади на 50+номерів з усією інфраструктурою, говорить про те, що Україна має потенціал і виходить на якісно інший рівень.

З вище викладеного можна зробити висновок, що корпоративна культура відіграє важливе значення для розвитку і існування готельної індустрії. Тому усі дії керівників природні, щоб використовувати корпоративну культуру як фактор підвищення конкурентоспроможності закладів. Інакше кажучи, корпоративна культура може виступати інструментом управління поведінкою персоналу. Адже саме персонал своїми діями може дати те, що не може дати ніхто інший. Корпоративна культура безпосередньо впливає на показники задоволеності співробітників. А задоволені співробітники – це усміхнені і радісні люди, які із задоволенням спілкуються з клієнтами. Взаємодія з клієнтом безпосередньо впливає на фінансові показники закладу.

Корпоративній культурі на вітчизняному ринку, в реаліях сьогодення, щоб досягнути міжнародного рівня потрібно:

- постійно мислити масштабно;
- підвищувати результати діяльності;
- керівник повинні бути лідерами у своїх закладах. Вони повинні створювати і застосовувати внутрішню культуру свого закладу;
- заклад повинен завжди орієнтуватись на гостя і весь світ повинен обератись навколо нього;
- мета закладу: довести гостя до стану ейфорії. Потрібно дати все, що хоче клієнт в даний момент;
- адаптувати стандартний продукт/сервіс під індивідуальні потреби клієнтів;
- потрібно завжди застосовувати до гостя персоніфікований підхід. Клієнт завжди хоче: якість продукту, комфорт взаємодії, терміни виконання, а також клієнтоорієнтованість;
- персонал повинен завжди пам'ятати, що клієнт купує не ліжко, не смачний сніданок і навіть не комфорт. Клієнт купує турботу про себе і позитивні емоції;
- заклад повинен моніторити і передбачати потреби клієнта та знаходити потрібні шляхи удосконалення для того, щоб наблизитись до європейського зразка не тільки технічним забезпеченням, а й вмінням управляти персоналом.

Виникає запитання, а чому не можна взагалі без культури? Тут все просто. Якщо немає культури – немає закладу, колективу, спільної роботи. Кожну дію потрібно узгоджувати і довго обдумувати, як саме вчинити. Якщо провести аналогію колективу з людиною, його поведінкою і психікою, то корпоративна культура виконує роль звичок і підсвідомості у окремої людини. Саме цю «автоматичність» в діях закладу і створює корпоративна культура.

Що для нас важливо – будь-яка дія, яка безпосередньо впливає з культури закладу, відбувається швидко, ефективно (без витрати зайвого часу на наради і узгодження) і практично не викликає негативних наслідків всередині закладу. Адже рішення здається простим і зрозумілим всім, хто поділяє цю культуру.

Ми можемо зробити висновок про те, що покращуючи корпоративну культуру у закладі ми можемо підвищити рівень діяльності й інноваційного підходу персоналу готельної індустрії, застосовуючи цінності і традиції закладу, що відповідають потребам суспільства, не забуваючи про інноваційні впровадження. В даний період розвиток корпоративної культури фахівців готельної індустрії вимагає нових детальних досліджень, що існують на усіх рівнях. Адже корпоративна культура – це основа ефективної роботи команди.

Таким чином, корпоративна культура – є важливим інструментом усіх керівників, за допомогою якого вони можуть впливати на результативність діяльності персоналу. Заміна зовнішнього і

внутрішнього середовища корпоративної культури здатна забезпечити економічну стійкість, інноваційну сприйнятливість, конкурентну перевагу на ринку та здатність до швидкого розвитку.

4.2. Перспективи використання рослинної сировини та купажованих жирів в технології м'ясопродуктів

*Будник Н. В., канд. техн. наук, доцент,
Кайнаш А. П., канд. техн. наук, доцент,
Бобошко С. О., Сахарова О. І.
Полтавська державна аграрна академія*

Однією з нагальних проблем сьогодення є підвищення якості життя населення зокрема, якості харчування. Важливим в цьому напрямку є забезпечення харчової цінності та технологічної стабільності м'ясної продукції.

Для того, щоб вижити і зберегти свою націю, японці поставили за мету розробити технології і забезпечити своїх громадян продуктами, які сприяють зміцненню імунітету людини проти дії негативних факторів навколишнього середовища. Поліпшення структури харчування і здоров'я населення є і основною концепцією державної політики України. При цьому враховується, що продукти харчування повинні задовольняти не лише фізіологічні потреби організму, а й мати профілактичне спрямування для конкретних видів захворювань.

Слід зазначити, що сучасні тенденції розвитку харчової промисловості направлені на розширення асортименту м'ясних продуктів з використанням різних білковмісних добавок рослинного і тваринного походження, а також жирозамінників.

Враховуючи, що на сучасному етапі в світі існує проблема дефіциту повноцінного білка, значна увага повинна приділятися створенню нових продуктів з підвищеним вмістом білкових речовин. Це викликає необхідність проведення наукових та прикладних досліджень, спрямованих на пошук шляхів реалізації функціонально-технологічних властивостей рецептурних компонентів, зокрема, білкових речовин продуктів переробки злаків. Такий підхід дозволить отримати нові м'ясні продукти із стабільними технологічними і структурно-механічними показниками. Однією з ключових проблем м'ясопродуктів є не збалансованість жирової складової, адже в їх складі міститься значний відсоток тваринних жирів з переважаючою кількістю насичених жирних кислот, особливо пальмітинової.

Вирішити вище окреслену проблему можна шляхом розроблення нових рецептур м'ясопродуктів збагачених рослинним білком

(пророслими зародками пшениці) та використанням купажів рослинно-тваринних жирів.

Підтвердженням актуальності і доцільності обраного напрямку досліджень є розробки вітчизняних та закордонних вчених. Тенденція використання зародків пшениці в технології м'ясних продуктів обумовлена наявністю в них найважливіших есенціальних харчових речовин: рослинних білків, повноцінних по складу незамінних амінокислот; нерозчинних харчових волокон; вітамінів групи В, РР і Е; ліпідів багатих поліненасиченими жирними кислотами, фосфоліпідів, токоферолів; мінеральних речовин [184, 185].

Розробкою науково-практичних засад щодо використання зародків пшениці у виробництві харчових продуктів займалися зарубіжні і вітчизняні науковці: А. В. Шаран, О. І. Шаповаленко, Т. Є. Шарахматова, Т. А. Лисогор, R. Becker, R. Bressani, A. Correa та ін. Аналіз науково-технічної і патентної літератури свідчить про актуальність створення принципово нових м'ясопродуктів з використання пшеничних зародків. Саме тому, за напрям досліджень було обрано вивчення можливості використання рослинних білковмісних наповнювачів, зокрема пророслих зародків пшениці у технології виробництва м'ясних паштетів. При розробці рецептур м'ясних паштетів вагоме значення має і використання купажованих олій.

Основним показником біологічної і відповідно харчової цінності жирів є вміст жирних кислот. Природні жири не відповідають вимогам, що висуваються до біологічно повноцінного жиру, збалансованого за жирнокислотним складом.

Науково доведено, що на частку есенціальних жирних кислот повинно припадати 4...6 % енергетичної цінності харчового раціону здорової людини і співвідношення поліненасичених жирних кислот (ПЖК) родин ω -6 та ω -3 складати не більше 10:1, а у випадках порушення ліпідного обміну – 5:1 та навіть 3:1.

Аналіз результатів фактичного харчування населення свідчить про те, що реально ці ПЖК надходять до організму людини у співвідношенні від 10:1 до 30:1.

Аналітичними дослідженнями не виявлено достатньо інформації щодо системного удосконалення якісних показників тваринних жирів за рахунок введення до їх складу рослинних олій. Не знайдено даних, які узагальнюють закономірності уповільнення процесів окиснення тваринних жирів і продукції з їх використанням при додаванні до них рослинних олій у різних кількостях. Тому можливим варіантом розв'язання проблеми покращення фізіологічних властивостей тваринних

¹⁸⁴ Мартинчик А. В., Маев І. В., Янушевич О. О. Общая нутрициология : учеб. пособ. Москва : МЕДпрессинформ, 2005. 392 с.

¹⁸⁵ Шарахматова Т. Є., Лисогор Т. А. Кисломолочний напій з додаванням пророслих злаків. *Інноваційні технології, проблеми якості і безпеки сировини та готової продукції у м'ясній та молочній промисловості* : зб. наукових праць. Київ : НУХТ, 2007. С. 24–25.

жирів у складі м'ясопродуктів є купажування їх з рослинними оліями. Оскільки рослинні олії це джерело природних антиоксидантів, створюються передумови для розробки технології купажованих тваринно-рослинних жирів оптимізованого жирнокислотного складу з тривалим терміном зберігання. Купажовані жирові продукти створюються задля збагачення раціону людини поліненасиченими жирними кислотами, вони містять значно меншу кількість ненасичених жирних кислот (НЖК), транс-ізомерів жирних кислот та холестеролу.

Вагомий вклад в цей напрямок досліджень внесли І. Г. Радзієвська та Л. В. Пешук [186, 187].

Метою досліджень, результати яких висвітлені в статті, було обґрунтування і оптимізація рецептури, дослідження органолептичних та фізико-хімічних характеристик м'ясних паштетів підвищеної біологічної цінності. Для досягнення поставленої мети вирішувалися наступні задачі: вивчення можливості використання пророслих зародків пшениці та купажованих жирів в технології м'ясних паштетів підвищеної біологічної цінності; обґрунтування оптимальної кількості внесення вище зазначених добавок; вивчення органолептичних, фізико-хімічних показників паштетів.

В якості об'єктів дослідження були обрані паштети, вироблені за традиційною рецептурою, згідно технологічної інструкції. В якості білкового наповнювача використовували зародки пшениці фірми «Вітазар» та купажі кукурудзяної та оливкової олій.

При проектуванні рецептури м'ясопродуктів необхідно враховувати якісні і кількісні співвідношення компонентів, характер взаємодії та структурну сумісність основних компонентів, що забезпечить максимальне наближення вмісту нутрієнтів харчових продуктів до детермінованих еталонів. Моделювання і оцінку різних співвідношень рецептурних компонентів дослідних зразків здійснювали за допомогою комп'ютерної програми. Ця програма дозволяє вводити і зберігати в базі даних інформацію про продукт, оптимізувати склад отриманої рецептури, згідно з набором вимог, які висуває користувач. Дозволяє визначити кількість сировинних компонентів (із заданого їх переліку), що забезпечуватимуть встановлений набір поживних речовин у готовому продукті.

Проектування багатокомпонентних м'ясних продуктів здійснювалось у декілька етапів [188]. На першому етапі досліджень було визначено хімічний склад основної сировини, яка використовувалась при виробництві паштетів.

¹⁸⁶ Пешук Л. В., Радзієвська І. Г. Використання купажованого жиру в технології нових маргаринів. *Нові рішення в сучасних технологіях*. 2008. № 43. С. 46–51.

¹⁸⁷ Пешук Л. В., Радзієвська І. Г. Дослідження впливу рослинних олій на стабільність свинячого жиру. *Науковий вісник Львівської національної академії ветеринарної медицини імені С. З. Гжицького*. 2007. № 2 (33), т. 9, ч. 2. С. 180–183.

¹⁸⁸ Кіщенко В. А., Левчук І. В., Радзієвська І. Г., Пелехова Л. С. Дослідження впливу фізичних факторів на вміст токоферолів у рослинних оліях. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій*. 2008. Вип. 34, т. 2. С. 76–81.

Встановлено, що в зародках міститься практично у три рази більше білка порівняно з манною крупою, у 6 разів більше жиру, який представлений есенціальними жирними кислотами рослинного походження, більше харчових волокон і мінеральних речовин.

Так як зародки мають вміст вологи лише 5 % ми не могли їх внести до складу паштетів у сухому вигляді тому підбирався оптимальний гідромодуль за функціональними властивостями. Встановлено, що оптимальним є гідромодуль 1:1.

На другому етапі проводилось комп'ютерне моделювання рецептури паштетів, що дало можливість теоретично обґрунтувати та обрати раціональне співвідношення інгредієнтів.

Слід відмітити, що одночасно вибрані рецептурні компоненти повинні забезпечувати максимальну сумісність, володіти притаманними функціонально-технологічними властивостями, що дозволить у процесі переробки сировини отримувати стабільні м'ясні системи. В розроблених рецептурах здійснювали повну заміну манної крупи, яка передбачена традиційною рецептурою на зародки пшениці, вершкове масло повністю і частину напівжирної свинини замінено на купажовані жири, виключено взагалі яєчний меланж і збільшено кількість моркви. Дослідження були направлені на вивчення доцільності використання зазначених добавок. Аналіз проводили по двом напрямам: з точки зору впливу вмісту рецептурних компонентів на біологічну і харчову цінність та технологічні властивості паштетів.

Були проведені дослідження органолептичних та фізико-хімічних показників паштетів. Рецептури паштетів наведені в табл. 1.

1. Рецептури паштетів

Назва сировини	Кількість сировини, %			
	Контроль	Рецептура 1	Рецептура 2	Рецептура 3
Яловичина бланшована	20	20	20	20
Свинина напівжирна бланшована	30	25	25	25
Печінка яловича бланшована	15	15	15	15
Молоко сухе	3	3	3	3
Масло вершкове	6	3	3	3
Олія кукурудзяна	-	5	6	4
Олія оливкова	-	5	4	6
Меланж	5	-	-	-
Крупа манна	10	-	-	-
Зародки пшениці	-	10	10	10
Морква	8	11	11	11
Цибуля ріпчаста	3	3	3	3
Спеції, г/100 кг				
Сіль	2500	2500	2500	2500
Цукор	200	200	200	200
Перець духмянний	15	15	15	15

Джерело: авторська розробка.

За органолептичною оцінкою встановлено, що пащтет виготовлений за рецептурою 2 отримав найвищу бальну оцінку, його порівняння з контролем наведено на рис. 1. Аналіз рисунку показує, що контроль лише за смаком максимально наближається до дослідного зразка, а за всіма іншими показниками значно поступається йому. Дані органолептичних досліджень узгоджуються і з результатами фізико-хімічних досліджень (табл. 2). З таблиці видно, що у зразку № 2 на 1,89 % міститься більше білка, на 2,7 % менше жиру, у 3,7 рази більше вуглеводів порівняно з контролем. Не поступається цей зразок і зразкам № 1 і 3. Даний зразок має найбільший вихід 115,5 %, водночас рН характерне для м'ясних пащтетів. Не дивлячись на збільшення вмісту білка і вуглеводів енергетична цінність пащтету, виготовленого за рецептурою 2 залишилась найменшою порівняно з іншими зразками.

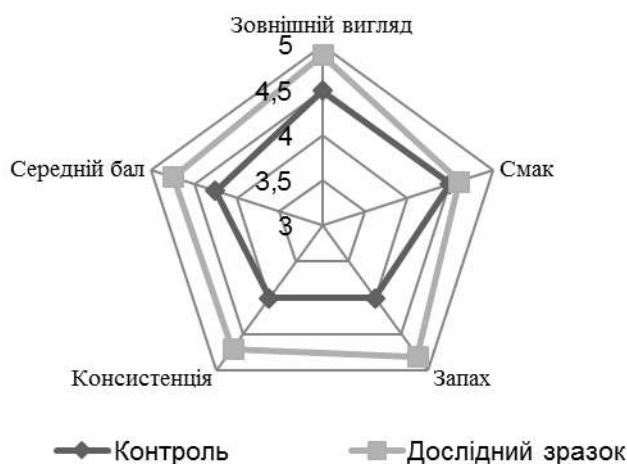


Рис. 1. Профілограма органолептичних показників
Джерело: авторська розробка.

2. Фізико-хімічні показники пащтетів

Показники	Контроль	Дослідні зразки		
		Рецептура 1	Рецептура 2	Рецептура 3
Вміст води, %	67,54±1,09	65,90±1,13	64,40±1,15	64,90±1,17
Вміст білка, %	12,68±0,34	13,30±0,33	14,57±0,26	14,15±0,35
Вміст жиру, %	16,1±0,25	15,68±0,38	14,85±0,30	15,30±0,22
Вміст вуглеводів, %	0,18±0,01	0,32±0,01	0,68±0,01	0,45±0,01
в тому числі клітковина, %	0,10±0,01	0,29±0,01	0,48±0,01	0,37±0,01
Вміст золи, %	3,5±0,02	4,8±0,04	5,5±0,05	5,2±0,03
Вихід, %	114	114,5	115,5	115,2
рН	6,10±0,15	6,20±0,15	6,32±0,15	6,25±0,15
Енергетична цінність, кДж	821,56	818,26	813,84	820,18

Джерело: авторська розробка.

На останньому етапі досліджень перевіряли чи узгоджуються ці показники з функціонально – технологічними показниками.

Результати визначення функціонально-технологічних характеристик наведено в табл. 3.

3. Функціонально-технологічні властивості паштетів

Назва показника	Контроль	Досліджувані зразки		
		Рецептура 1	Рецептура 2	Рецептура 3
Вміст вологи, %	67,54	65,90	64,40	64,90
Величина рН, од.	6,10	6,20	6,32	6,25
Вологоутримуюча здатність, % до маси сировини	56,92	58,80	64,25	62,62
Вологоутримуюча здатність, % до загальної вологи	78,44	82,92	86,25	84,25

Джерело: авторська розробка.

Результати досліджень функціональних властивостей узгоджуються з вище наведеними показниками. Вологозв'язуюча здатність як до загальної вологи так і до маси сировини в дослідних зразках на 10..12 % більше, що пояснюється наявністю в цих зразках харчових волокон здатних поглинати вологу. За рахунок збільшення вологопоглинаючої здатності збільшується і вихід готового продукту на 1,2..1,5 %. При цьому значення рН практично не змінюється можна навіть констатувати, що воно знаходиться в межах похибки.

Таким чином, на підставі вище зазначеного можна зробити висновок про те, що результати проведених досліджень підтверджують можливість створення повноцінних м'ясних паштетів на основі м'ясної сировини з раціональним використанням пшеничних зародків та купажованих жирів. У подальших дослідженнях планується дослідити реологічні показники дослідних зразків.

4.3. Вибір методичного підходу і методу оцінки вартості сільськогосподарського бізнесу для інвестування

*Махмудов Х. З., д-р екон. наук, професор,
Сівіцька Ю. О., Махмудова І. В.
Полтавська державна аграрна академія*

Вартість сільськогосподарського бізнесу, визначена у процесі незалежної експертної оцінки, має велику вагу при вирішенні питання щодо необхідності інвестування в конкретне підприємство. Особливо актуальним сьогодні є залучення інвестицій у сільськогосподарську галузь як найбільш

продуктивну і перспективну в Україні.

Через обмежену кількість фінансових ресурсів будь-якої компанії процес оцінки вартості цілісного майнового комплексу, визначення його реальної вартості відіграє особливо важливу роль. Оцінка вартості бізнесу має бути проведена таким чином, щоб підвищити його вартість та привабливість для інвестора.

Вартість бізнесу – це вартість діючого підприємства або вартість 100 % корпоративних прав у діловому підприємстві. Оцінка майна, майнових прав – це процес визначення їх вартості на дату оцінки за процедурою, встановленою нормативно-правовими актами [189].

Оцінка означає розподіл вартості об'єкту – об'єкту оцінки – відповідним суб'єктом оцінки (оціночною компанією), у більшості випадків у грошовій формі.

Об'єктом оцінки називають «бізнес» або «компанію». Прототипи – це «компанія в цілому», а також «визначені частини компанії». Термін «визначені частини компанії» використовується для опису складних підрозділів компанії (наприклад, окремих об'єктів, підрозділів), рідше також «акцій в компанії», наприклад, у формі пакета акцій або акцій товариства з обмеженою відповідальністю, які можна охарактеризувати як подібні до цілого бізнесу. Таким чином, термін «визначена» не обмежується просторовим розмежуванням частини бізнесу, а також застосовується для того, щоб виділити абстрактну частку в цілому бізнесі.

Термін «в цілому» означає, що об'єкт оцінки є унікальним конгломератом матеріальних і нематеріальних активів (виробничі фактори). Успішна підприємницька діяльність призводить до того, що ціле є більш цінним, ніж сума його частин, що призводить до збільшення вартості (позитивні ефекти синергії, економія масштабу). Ці переваги комбінації втрачаються, якщо ціле розділене на окремі частини [190].

Відповідно до міжнародних стандартів, розрізняється підрахунок вартості бізнесу, ЦМК та пов'язаних з ним прав, хоча всі ці питання знаходяться у взаємозв'язку. За теорією, з якою згодна більшість вітчизняних дослідників, більш складна система не є простою сумою складових елементів, що входять до неї, оскільки має місце ефект синергії. Тому бізнес – не сума елементів (таких як окремі підприємства, майнові комплекси, майнові права або фірми, які входять у одну й ту саму сферу певного бізнесу), а інший цілісний носій, який має свої властивості. Щоб оцінити бізнес, його не можна розглядати як

¹⁸⁹ Новікова О. С., Канюка Н. М. Методологічні особливості оцінки вартості підприємств за сучасного стану ринкового середовища. *Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки*. 2014. № 5, т. 2. С. 231–233. URL : http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4044/1/Vchnu_ekon_2014_5%282%29__54.pdf.

¹⁹⁰ Manfred Jürgen Matschke, Gerrit Brösel, Xenia Matschke. Fundamentals of Functional Business Valuation. *Journal of business valuation and economic loss analysis*. 2010. Vol. 5. P. 1–39. URL : https://www.dbthueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00030158/ilm1-2014210014.pdf.

зафіксоване балансом майно, бізнес – це діючий об'єкт оцінки, який має численні зв'язки з оточенням [191].

Для всіх спеціалістів, які пов'язані з корпоративними фінансами, знання механізмів оцінки вартості компаній є вкрай необхідним. Це стосується не тільки важливості оцінки вартості компанії при злиттях та поглинаннях, а й розуміння того, що процес оцінки вартості компанії та її підрозділів допомагає визначити джерела створення та зменшення економічної вартості компанії.

Взагалі кажучи, вартість компанії може бути різною для декількох покупців, а також відрізнятися на думку покупця і продавця. Цінність не слід плутати з ціною, яка є сумою, з якою погоджуються продавець і покупець при продажу. Ця різниця у вартості конкретної компанії може бути обумовлена багатьма причинами.

Оцінка вартості бізнесу може використовуватися для широкого кола цілей (рис. 1):

1. У операціях з купівлі-продажу компанії:
 - для покупця: оцінка дасть йому найвищу ціну, яку він може бути змушений заплатити.
 - для продавця: оцінка буде показувати йому найнижчу ціну, за якою він повинен бути готовий до продажу.
2. Оцінки компаній, акції яких котируються на фондових біржах:
 - оцінка використовується для порівняння вартості акції на фондовому ринку, і для того, щоб визначити, продавати, купувати або притримати акції;
 - оцінка декількох компаній використовується, щоб вирішити на яких цінних паперах слід сконцентруватися: які компанії здаються недооцінені ринком;
 - оцінка декількох компаній також використовується для проведення порівнянь між компаніями.
3. Публічна оферта (пропозиція продажу акцій):
 - оцінка використовується для обґрунтування ціни, за якою акції пропонуються громадськості.
4. Спадщина і заповіти:
 - оцінка використовується для порівняння вартості акцій з цінами інших активів.
5. Ідентифікація факторів створення вартості:
 - оцінка компанії або бізнес-одиниці є фундаментальною для визначення та розшарування основних факторів створення вартості.

¹⁹¹ Коваль І. Ф. Оцінка вартості компаній: методичні підходи та застосування. *Молодий вчений*. 2017. № 4 (44). С. 665–668. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/155.pdf>.

6. Стратегічні рішення щодо продовження існування компанії:

- оцінка компанії або бізнес-одиниці є попереднім кроком у прийнятті рішення про продовження бізнесу, продажу, злиття, поглинання, розширення діяльності або придбання інших компаній.

7. Стратегічне планування:

- оцінка компанії та різних підрозділів є фундаментальною для вирішення того, які продукти / бізнес-напрямки / країни / клієнтів... підтримувати, розширювати, а від яких відмовлятися.

- оцінка вартості надає засоби для вимірювання впливу можливої політики та стратегії компанії на створення та зменшення вартості бізнесу [192].

ОСНОВНІ ЦІЛІ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ:

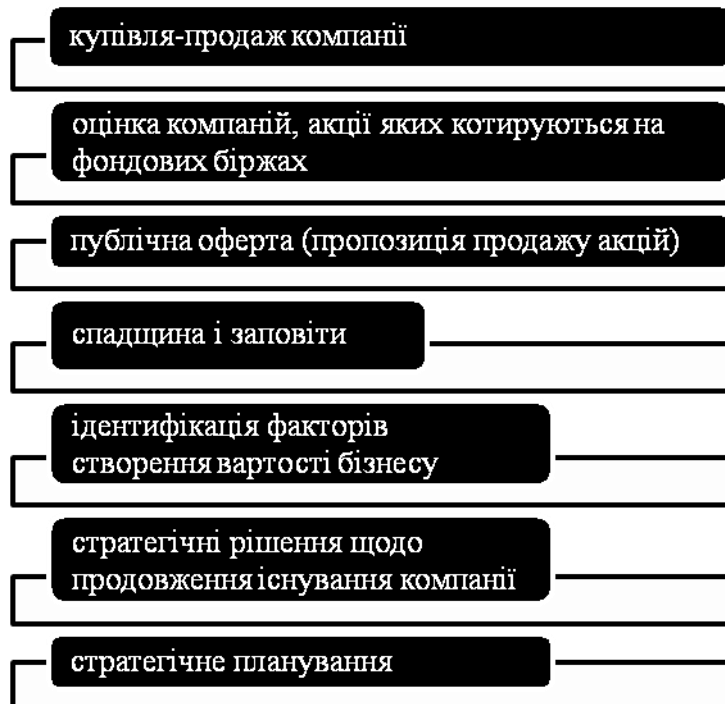


Рис. 1. Основні цілі оцінки вартості бізнесу

Джерело: розроблено автором на основі [192].

Збільшення вартості бізнесу – один з найважливіших критеріїв сучасного ефективного управління. Всі автори однозначні в одному, і ми приєднуємося до їхньої думки: вартість є безальтернативним критерієм управління підприємством, і посилення конкуренції з одночасним розвитком глобальних фондових ринків будуть тільки посилювати процеси впровадження вартісно-орієнтованого управління на підприємствах [193].

Оцінка вартості бізнесу – це один з основних етапів стратегічного планування компанії. На основі оцінки вартості компанії керівництво

¹⁹² Fernandez P. Company Valuation Methods: The Most Common Errors in Valuations. *Working Paper*. 2007. № 449. P. 1–33. URL : <https://notendur.hi.is/ajonsson/kennsla2006/Valuation.pdf>.

¹⁹³ Новікова О. С., Канюка Н. М. Методологічні особливості оцінки вартості підприємств за сучасного стану ринкового середовища. *Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки*. 2014. № 5, т. 2. С. 231–233. URL : http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4044/1/Vchnu_ekon_2014_5%282%29__54.pdf.

визначає зміст і послідовність виконання найважливіших подій, приймає рішення з складних проблем компанії. Якщо бізнес переоцінений, він не буде продаватися. Якщо підприємство недооцінене, продавець не отримає повну віддачу від інвестицій. У більшості випадків продається належним чином оцінений бізнес, та обидві сторони залишаються задоволеними. Справедлива ціна бізнесу є результатом роботи незалежного професійного оцінювача.

Виробничий цикл сільськогосподарського підприємства та управління аграрним бізнесом істотно відрізняються від інших галузей. Це зумовлює наявність особливостей оцінки вартості даного виду бізнесу. Отже, виникає необхідність удосконалення методології оцінки сільськогосподарського майна.

Аграрне майно – це предмети матеріального світу галузі сільського, лісового та водного господарства, які перебувають у власності суб'єктів права (фізична особа, юридична особа, держава, територіальна громада, український народ). До аграрної майна відносять окрему річ, сукупність речей, майнові права і обов'язки, гроші і цінні папери, а також майнові права на них (рис. 2 [194]).



Рис. 2. Сільськогосподарське майно як об'єкт оцінки

Джерело: розроблено автором на основі [194].

У складі аграрного майна виділяють три напрями нерухомості: сільськогосподарську нерухомість, лісогосподарську нерухомість, водогосподарську нерухомість. Виходячи з цього сільськогосподарське

¹⁹⁴ Гаража О. П. Стандартизація оцінки майна у світі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. № 10. С. 36–42. URL : <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/17-2016/10.pdf>.

майно – це річ або сукупність речей сільськогосподарської діяльності, а також права та обов’язки. Сільськогосподарське майно може набувати матеріальної, нематеріальної форми, форми цілісного майнового комплексу і бізнесу. Матеріальна форма: сільськогосподарська нерухомість та сільськогосподарське рухоме майно. Сільськогосподарська нерухомість – земельна ділянка сільськогосподарського призначення без поліпшень або з поліпшеннями. Сільськогосподарське рухоме майно – матеріальні об’єкти сільськогосподарської діяльності, які можуть бути переміщені без шкоди. У сільськогосподарську діяльність включаються: тваринництво, лісівництво, рослинництво, землеробство, водне господарство (зокрема, риборозведення). До біологічних активів відносять живу рослину або тварину. О. І. Драпіковський, І. Б. Іванова вказують на те, що результативність будь-якої оцінки залежить, насамперед, від правильної ідентифікації об’єкта [195].

У зв’язку з інтеграцією національної економіки у світове господарство практика оціночної діяльності в Україні потребує стандартизації та методологічного забезпечення експертної оцінки відповідно до міжнародних вимог. Міжнародні стандарти оцінки, забезпечуючи єдину систему вимірювання економічних благ, визначають основні засади та методологічні підходи оцінки, в тому числі різних специфічних об’єктів. Стандарти МСО (Міжнародні стандарти оцінки) мають рекомендаційний характер, до того ж їх кількість постійно зменшується. Такі тенденції зумовлені розвиненістю та набутим досвідом оціночної діяльності в країнах світу. Усвідомлення того, що робота оцінювача не має здійснюватися за чітко встановленим шаблоном, позначилося на зменшенні кількості міжнародних стандартів оцінки. В Україні інститут оцінки започатковано порівняно нещодавно, тому якісне підвищення професійного рівня практичної діяльності в цій сфері потребує удосконалення нормативно-правового та методичного забезпечення з урахуванням специфіки різних об’єктів та її цілей [195].

Процедури оцінки вартості сільськогосподарського майна в Україні регулюються наступними законодавчими актами:

- Закон України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 р. №1378-IV;
- Національний стандарт № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» (Постанова Кабінету міністрів України від 10.09.2003 р. № 1440);
- Національний стандарт № 2 «Оцінка нерухомого майна» (Постанова Кабінету міністрів України від 28.10.2004 р. № 1442);
- Національний стандарт № 3 «Оцінка цілісних майнових комплексів» (Постанова Кабінету міністрів України від 29.11.2006 р. № 1655);

¹⁹⁵ Могилова М. М. Основні засоби сільськогосподарських підприємств: стан, оцінка, відтворення : монографія. Київ : Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2016. 404 с.

- Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» (Постанова Кабінету міністрів України від 03.10.2007 р. № 1185);

- Методика експертної грошової оцінки земельних ділянок (Постанова Кабінету Міністрів України від 11.10.2002 р. № 1531);

- Порядок нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення, затверджений Міністерством аграрної політики та продовольства України від 23.05.2017 р. № 262.

Аналізуючи даний перелік нормативно-правових актів зазначаємо відсутність Національного стандарту з оцінки сільськогосподарського майна в Україні.

Слід зазначити, що оскільки в Україні діє мораторій на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення, тобто вони не є об'єктом товарно-грошових відносин, то немає необхідності оцінювати їх ринкову вартість. Однак, обраний курс України на європейську інтеграцію зумовлює необхідність запровадження нових стандартів оцінки земель в умовах формування та запровадження вільного ринку земель [196].

Перспективи розвитку фондового ринку в Україні та виходу українських аграріїв на міжнародні фондові біржі зумовлюють необхідність удосконалення методології оцінки вартості сільськогосподарських підприємств, які є особливим товаром [195].

Ми можемо використати кілька різних методів для оцінки будь-якого майна або бізнесу: перша група – методи в основі яких бухгалтерська інформація, друга – методи інвестиційного аналізу, третя – економетричні. Окремо існують методи, що використовують інформацію бірж та фондового ринку. Методи, що засновані на бухгалтерській інформації, базуються на визначенні різниці активів і пасивів. Але, нам треба усвідомлювати, що балансова вартість майна не є його ринковою вартістю. Методи інвестиційного аналізу ймовірніше за все є найбільш коректними для визначення ринкової вартості коли вирішується питання про інвестування [197].

Найбільш часто використовуваним в оцінці вартості підприємства у наш час є доходний підхід, який дає чіткі уявлення про процес і результати оцінки вартості підприємства. Перевагою такого підходу є більш чітка можливість визначення ефективності використання акціонерного та залученого капіталу. Разом із тим виникає складність прогнозування грошових потоків з врахуванням ризиків та темпів росту грошового потоку на майбутнє. Доходний підхід до оцінки вартості

¹⁹⁶ Касперевич Л. В. Особливості оцінки сільськогосподарських земель в умовах ринкових відносин. *Агросвіт*. 2018. № 19. С. 3–10. URL : <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2725&i=0>. Doi: 10.32702/2306-6792.2018.19.3.

¹⁹⁷ Vidal García R, Sales C., Lopez L. Company valuation methods: applying dynamic analogical-stock market valuation models to agrarian co-operatives. *Spanish Journal of Agricultural Research*. 2004. Vol. 2, no. 1. P. 17–25. URL : <http://revistas.inia.es/index.php/sjar/article/view/56>. Doi: <http://dx.doi.org/10.5424/sjar/2004021-56>.

підприємства є більш удосконаленим у порівнянні із іншими, оскільки, відображає дохід акціонерів, майбутніх інвесторів та умови генерування грошових потоків на майбутнє. Такий підхід доцільно застосовувати при дослідженні можливостей подальшого інвестування підприємства наявними акціонерами та інвесторами [198].

Доходний підхід ґрунтується на методах оцінки вартості бізнесу (підприємства), які визначають потік майбутніх доходів об'єкта оцінки. До основних методів доходного підходу відносять метод капіталізації доходу та метод дисконтування грошового потоку. В основі методу капіталізації доходу лежить процес капіталізації майбутньому прибутку або капіталізації майбутнього нормалізованого грошового потоку. Даний метод широко використовується при оцінці вартості тих підприємств, майбутній дохід яких можна вважати постійним. У випадку зміни майбутніх доходів протягом прогностичного періоду, доцільніше для оцінки бізнесу використовувати метод дисконтування грошових потоків. Метод дисконтування грошових потоків заснований на припущенні, що можливі інвестори не здатні заплатити за пропонований бізнес вартість, що перевищує поточну вартість майбутніх доходів від цього бізнесу, а власник не продасть свій бізнес за ціною, яка нижче поточної вартості прогнозованих майбутніх доходів. У результаті взаємодії сторони прийдуть до угоди про ринкову ціну, що відповідає поточній вартості майбутніх доходів [199].

Визначення вартості дохідним методом є інструментом управління нею, оскільки охоплює елементи прогнозу виручки та витрат з урахуванням змін зовнішнього середовища й відповідних стратегічних і тактичних рішень, які може приймати менеджмент [200].

При застосуванні доходного методичного підходу оцінювач стикається з декількома специфічними моментами: складність прогнозування грошових потоків через нестабільність прибутків, проблема вибору часового періоду для прогнозування, складність обґрунтування та розрахунку ставки дисконтування. Через дані проблеми точність оцінки сільськогосподарського бізнесу доходним методом може бути невисокою.

Основне завдання в тому, щоб виявити найточніший спосіб розрахунку специфічного ризику компанії, який потрібен, щоб визначити

¹⁹⁸ Петрів І. Особливості оцінки вартості підприємств на основі методу дисконтування грошових потоків. *Економічний дискурс*. 2017. № 2. С. 137–144. URL : <http://188.190.33.56:7980/jspui/bitstream/123456789/1863/1/ED-17-2-136-144.pdf>.

¹⁹⁹ Пілявко Т. Прогнозування грошових потоків у оцінці вартості підприємства. XLVII Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки, 2018. С. 1–3. URL : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2018/paper/viewPaper/5361>.

²⁰⁰ Островська Г. Оцінювання вартості підприємства як основа ефективного управління. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 1 (30). С. 107–115. URL : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/1102/2/GEB_2011_v30_No1-G_Ostrovskaya-Evaluation_of_enterprise_value_as__107.pdf.

вартість власного капіталу або мінімальну рентабельність [201].

Згідно Національного стандарту № 3 оцінка цілісного майнового комплексу може проводитися з застосуванням майнового, дохідного та порівняльного методичних підходів.

Можливо застосовувати порівняльний методичний підхід для оцінки сільськогосподарських підприємств, якщо на ринку наявні об'єкти порівняння (аналоги). Але коли ми оцінюємо акціонерне товариство, то стикаємось з проблемою відсутності ринку акцій аграрних підприємств в Україні. Також закриті відомості щодо укладених цивільно-правових угод з продажу сільськогосподарського бізнесу.

Затратний підхід майже не застосовується з метою оцінки для інвестування, адже вартість отримана в результаті розрахунків не враховуватиме майбутніх доходів, які цікавлять інвестора.

Вибір коректного методичного підходу та методу для розрахунку вартості сільськогосподарського бізнесу обґрунтовується у табл. 1.

1. Вибір методичного підходу та методу для розрахунку вартості сільськогосподарського бізнесу

Методичний підхід	Обґрунтування можливості/неможливості використання методичного підходу	Можливість використання
Порівняльний	Ринкова вартість підприємства, розрахована на дату оцінки, не враховує майбутніх грошових надходжень та перспектив розвитку бізнесу в майбутньому	-
Витратний	Загальна вартість наявних активів є вартістю заміщення (відтворення) майна підприємства	-
Дохідний	Враховує майбутні грошові потоки, майбутній очікуваний дохід, прогнозує ефективність інвестицій в даний бізнес	+
Метод капіталізації доходів	Використовується для визначення вартості підприємства із стабільними грошовими надходженнями	-
Метод дисконтування грошових потоків	Застосовується у випадку оцінки вартості бізнесу з нестабільними грошовими потоками, не постійними протягом обраного періоду прогнозування	+

Джерело: розроблено автором.

З вищезазначеного можна зробити висновок, що найбільш коректним для визначення вартості сільськогосподарського бізнесу для інвестування є застосування дохідного методичного підходу, методу дисконтування грошових потоків.

Отже, оцінка вартості аграрного бізнесу відіграє важливу роль у

²⁰¹ Alfonso A. Rojo-Ramírez. Privately Held Company Valuation and Cost of Capital. *Journal of Business Valuation and Economic Loss Analysis*. 2014. Vol. 9, no. 1. P. 6. URL : <https://www.degruyter.com/view/j/jbvela.2014.9.issue-1/jbvela-2013-0017/jbvela-2013-0017.xml>. Doi: <https://doi.org/10.1515/jbvela-2013-0017>.

стратегічному плануванні діяльності компанії та прийнятті рішення про інвестування. Проведена оцінка вартості бізнесу повинна підвищувати його вартість та інвестиційну привабливість. Неможливо об'єктивно оцінити вартість бізнесу, якщо розглядати його не як діючу та пов'язану з оточенням систему, а як майно на балансі компанії.

Результат незалежної експертної оцінки сільськогосподарського бізнесу, проведеної декількома оцінювачами, може бути різним, зважаючи на різноманіття існуючих методичних підходів та методів.

Виробничий цикл сільськогосподарського підприємства та управління аграрним бізнесом істотно відрізняються від інших галузей. Це зумовлює наявність особливостей оцінки вартості даного виду бізнесу. Отже, виникає необхідність удосконалення методології оцінки сільськогосподарського майна. Сільськогосподарське майно може існувати у матеріальній, нематеріальній формі та як цілісний майновий комплекс.

Доходний методичний підхід та метод дисконтування грошових потоків враховують специфіку сільськогосподарського бізнесу, можливу непостійність грошових потоків. Тому є найбільш прийнятними у разі визначення вартості сільськогосподарського підприємства як цілісного майнового комплексу. Подальші дослідження мають бути спрямовані на удосконалення методології оцінки сільськогосподарського бізнесу, пошук нових та удосконалення існуючих методів оцінки.

4.4. Управління розвитком підприємництва у митній сфері

*Мороз С. Е., канд. пед. наук,
Калашник О. В., канд. техн. наук, доцент,
Лисак Д. Г.
Полтавська державна аграрна академія*

В умовах глобалізації та лібералізації міжнародної торгівлі проблема управління розвитком підприємництва у митній сфері набула особливого значення, оскільки суттєво зросли обсяги зовнішньоекономічних товарних потоків, які потребують митного обслуговування.

Митні послуги найчастіше розглядають, як послуги особливого характеру, пов'язані із захистом економічної безпеки держави та забезпеченням інтересів національної економіки [202]. На думку Т. Рудої, митна послуга у широкому контексті – це суспільно-економічне благо у формі митної діяльності: митного регулювання і контролю. У більш вузькому значенні, митні послуги – це дії або послідовність дій, що

²⁰² Дианова В. Ю., Макрусев В. В. Маркетинг таможенных услуг. Москва : РИО РТА, 2005. 292 с.

реалізуються спеціальними митними інструментами з метою підвищення корисності сфери зовнішньоекономічної діяльності для держави і учасників зовнішньоторгової діяльності [203].

Досліджуючи специфіку даної галузі, науковці характеризують митні послуги, як:

- специфічний вид діяльності, спрямований на сприяння у реалізації зовнішньоекономічних операцій, здійснюваної комерційними організаціями митної сфери [204, с. 5];

- сукупність дій, що підлягають здійсненню митними органами та особами, які здійснюють діяльність у галузі митної справи, з метою забезпечення переміщення товарів і транспортних засобів через митні кордони держав, при просуванні товарів від продавця до покупця відповідно до вимог цих держав [205, с. 9];

- послуги суспільству, що здійснюються на замовлення, і відповідний контроль з боку держави [206, с. 78].

Як показує аналіз літературних джерел, у контексті державного будівництва митний потенціал безпосередньо орієнтований на ринок державних послуг, у сфері зовнішньоекономічної діяльності – на ринок приватних послуг: у широкому плані – на послуги бізнес-спільноті, у вузькому – кожному конкретному учаснику зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасних умовах сфера митних послуг України включає в себе систему фіскальних (митних) органів, які надають державні послуги з митного оформлення товарів, та митних посередників (митних брокерів, перевізників тощо), які надають послуги з оформлення митних документів, перевезення та зберігання вантажів на комерційній основі.

Науковці, розвиваючи тему підприємництва у сфері митного посередництва з точки зору формування взаємовигідного співробітництва між митницею та учасниками зовнішньоекономічної діяльності, зазначають, що митні послуги – результат дій та заходів у сфері митної справи, спрямованих на задоволення потреб держави та учасників зовнішньоекономічної діяльності, що гарантують реалізацію принципів законності, стабільності та контрольованості митних послуг, їх орієнтацію на довготривалу перспективу, формування партнерських відносин учасників зовнішньоекономічної діяльності та державних структур у сфері митного регулювання [207].

²⁰³ Руда Т. В. Сутність та значення митного маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Митна безпека*. 2012. № 1. С. 25–30.

²⁰⁴ Ермилов И. С. Повышение качества таможенных услуг : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : 08.00.05. Саратов, 2011. 22 с.

²⁰⁵ Петруня В. Ю. Економічна глобалізація: вплив на бізнес та суб'єктів надання митних послуг в контексті маркетингового управління. *Вісник Академії митної служби України*. 2011. № 1. С. 71–78.

²⁰⁶ Шорохова Я. В. Трансформация института таможенного брокера в рыночной регулируемой экономике : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : 08.00.05. Москва, 2006. 27 с.

²⁰⁷ Элова Г. В. Тенденции развития системы таможенных услуг и организационно-экономические факторы её совершенствования : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : 08.00.05. Ростов-на-Дону, 2008. 30 с.

За останні роки митна служба України перетворилася на багатофункціональну, технічно оснащену структуру, яка є одним з основних механізмів захисту економічних інтересів нашої країни. Сучасні митні органи ефективно конкурують у сфері державних послуг, вирішують проблеми забезпечення безпеки і сприяння торгівлі митними методами і засобами на рівні міжнародних стандартів.

Митні брокери, будучи сполучною ланкою у класичній схемі міжнародної торгівлі, надають послуги і митним органам (допомагають якісно виконувати фіскальні функції), і підприємцям – учасникам зовнішньоекономічної діяльності (економія часу під час митного оформлення товарів, коштів на підготовку декларанта, придбання програмного забезпечення тощо). Саме у результаті злагодженої роботи митних брокерів і митниць прискорюється оборот товарів, що переміщуються через митний кордон, підвищується ефективність експортно-імпортних операцій.

Ефективність митних послуг, на думку науковців [208], визначається споживчою корисністю, яка полягає для їх споживачів у спрощенні митних процедур та зниженні витрат на їх реалізацію. Доцільно зазначити, що митні послуги носять системний характер, оскільки вони безпосередньо впливають на сферу зовнішньоекономічної діяльності, у результаті чого виникає ефект системного характеру як для країни, так і для учасників зовнішньої діяльності.

Споживча корисність митних послуг безпосередньо пов'язана з функціонуванням митних органів, ефективним регулюванням і якісним контролем сфери зовнішньоекономічної діяльності (йдеться про користь для держави) і професійними діями митних посередників, які спрямовані на мінімізацію витрат учасників зовнішньоекономічної діяльності у митному секторі (користь для учасника зовнішньоекономічної діяльності).

З огляду на вищезначене, існування митної сфери діяльності без підприємців – митних брокерів немислиме, отже в Україні повинен розвиватися інститут митного брокерства. Для цього у закладах вищої освіти повинна здійснюватися професійна підготовка підприємців, здатних займатися митно-брокерською діяльністю.

Під впливом змін в економіці і суспільстві набув нових відтінків і процес навчання фахівців торговельної сфери. Відкриття у вищій школі спеціальності «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» свідчить про актуальність забезпечення кваліфікованими фахівцями торговельної галузі. Слід зазначити, що розв'язанню проблем професійної підготовки підприємців присвячено чимало педагогічних досліджень, однак, проблеми розвитку підприємництва у сфері надання приватних митних послуг залишаються поза увагою, що, на наш погляд, гальмує розбудову

²⁰⁸ Квеляшвілі І. М. Якість надання митних послуг як складова іміджу держави у світовому просторі. *Ефективність державного управління*. 2016. Вип. 4. С. 164–170.

вітчизняної митної інфраструктури європейської якості.

Вирішенню проблеми підготовки майбутніх фахівців до підприємницької діяльності з надання приватних митних послуг певною мірою сприятиме поглиблений аналіз функціонування та перспектив розвитку навколомитної сфери.

Як свідчить практика попередніх років, розвиток ринкової економіки і зростаюча конкурентоспроможність вітчизняної продукції дозволяє все більшій кількості підприємств підкорювати міжнародні ринки. За даними Державної служби статистика, експорт продукції аграрного сектора протягом 2012–2018 рр. зайняв лідируючі позиції у товарному експорті України, склавши у 2018 р. 32,6 % від його загального обсягу (у порівнянні з 25,9 % – у 2012 р.) [209].

Внаслідок більш швидкого зростання обсягів експорту порівняно з імпортом, позитивне зовнішньоторговельне сальдо торгівлі сільськогосподарською продукцією зросло з 10,4 млрд дол. США у 2012 р. до 13,6 млрд дол. США в 2018 р. або в 1,3 рази.

Важливо також відзначити, що зовнішньоторговельний оборот сільськогосподарської продукції України у 2018 р. склав 23,6 млрд дол. США або 19,7 % всього зовнішньоторговельного обороту України, збільшившись порівняно з 2012 р. на 3,24 % (рис. 1).

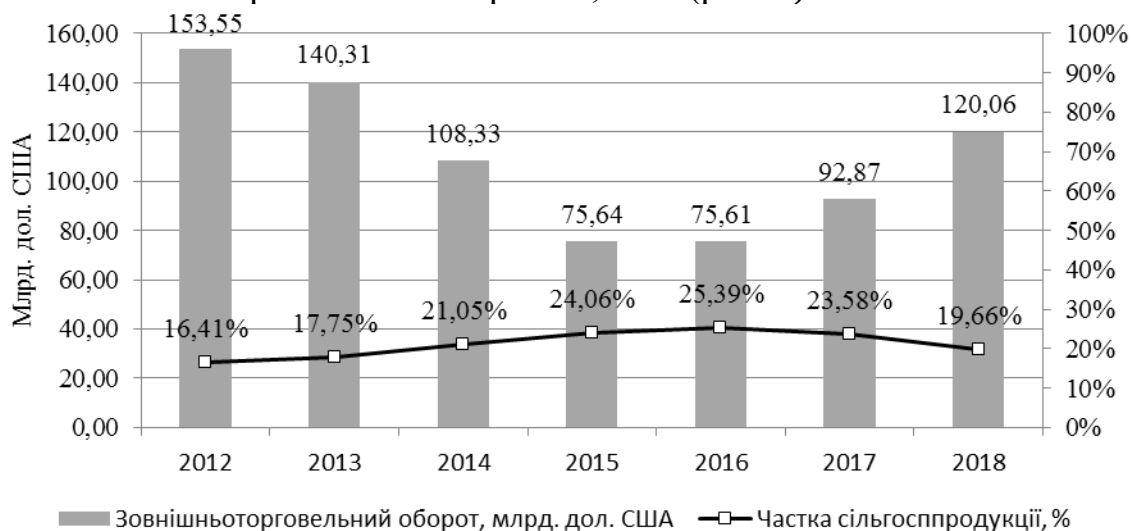


Рис. 1. Частка сільгосппродукції у зовнішньоторговельному обороті України

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [210].

На рис. 2 чітко видно, що з початку 2000 р. вартість експорту української аграрної продукції зросла у десять разів з 1,8 млрд дол. США у 2001 р. до 18,6 млрд дол. США – у 2018 р. При цьому його частка у структурі експорту товарів підвищилися втричі з 11,8 % до 39,3 %. Зауважимо також, що загальні обсяги експорту товарів з України

²⁰⁹ Офіційний веб-сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL : <http://www.minagro.gov.ua> (дата звернення: 22.10.2019).

²¹⁰ Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.10.2019).

за вказаний період зросли лише у 2,9 рази: з 163 млрд дол. США до 473 млрд дол. США.

На думку експертів, європейські орієнтири відкривають нові можливості аграрному сектору України для відродження і розвитку сільського господарства, створюють додаткові переваги сільськогосподарському комплексу в умовах глобалізації економіки.

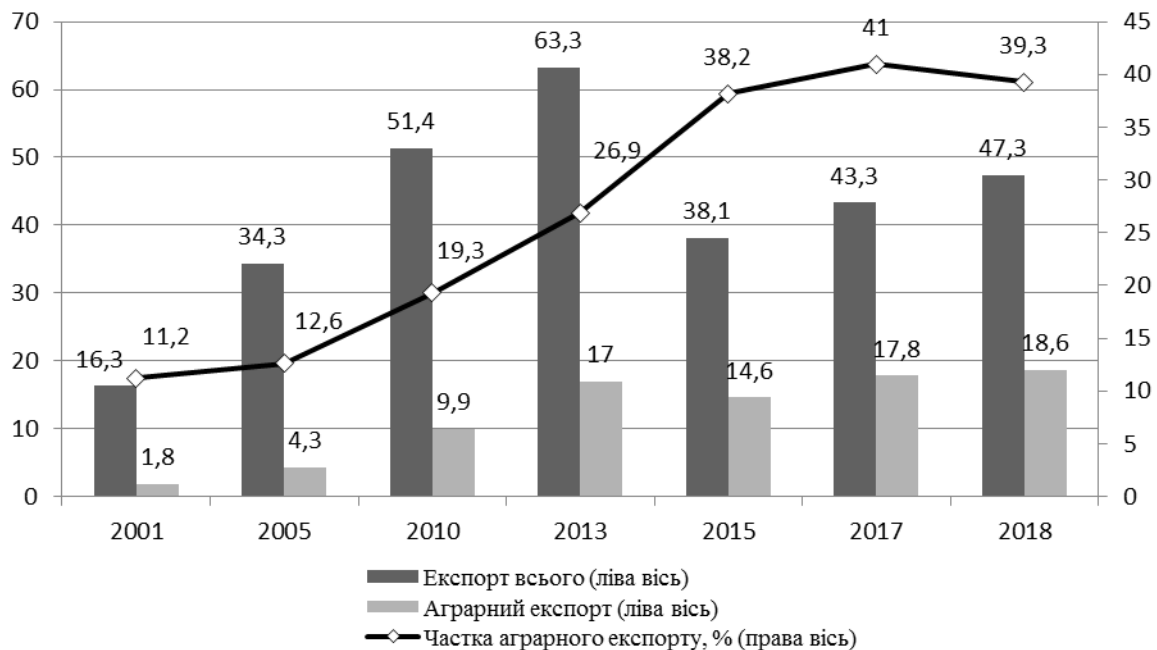


Рис. 2. Динаміка обсягів національного експорту України

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [210].

Науковий інтерес до проблеми розвитку підприємництва у митній сфері зумовлений також тим, що під час реалізації свого права на переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності не мають альтернативи здійсненню їх митного оформлення [211, с. 1].

Компанії, які вже вийшли на світову арену, і які тільки планують здійснювати зовнішньоекономічні операції, потребують консультацій досвідчених фахівців з питань зовнішньоекономічної діяльності та митної справи – митних брокерів/агентів з митного оформлення. З метою виявлення переліку об'єктів та/або предметів діяльності (праці), з якими пов'язана діяльність цих фахівців, ми проаналізували Класифікатор професій ДК 003:2010 [212] і установили, що професію «Агент з митного оформлення вантажів та товарів» (код 3422) віднесено до класифікаційного угруповання: 3 – фахівці; 34 – інші фахівці; 342 – агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери; 3422 – агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції.

²¹¹ Старкова О. А. Управление качеством таможенных услуг : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : 08.00.05. Саратов, 2007. 24 с.

²¹² Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 : за станом на 1 вересня 2012 р. [Чинний від 2010 –11–01]. Держ установа наук.-досл. ін-т соціал.-труд. відносин М-ва праці та соціал. політики України; Ін-т укр. мови НАН України; Держкомстат України. Київ : Соцінформ, 2012. 745 с.

Своєю чергою, аналіз Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників [213], показав, що діяльність агента з митного оформлення вантажів пов'язана із митно-брокерською діяльністю, а стандартом вищої освіти України для першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [214] однією із спеціальних професійних компетенцій майбутніх фахівців визначено СК-9 «Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур».

В умовах розвитку ринкових відносин вплив на зовнішньоекономічну діяльність такого фактору, як якість надання митних послуг, набуває визначального значення, оскільки, як зазначалося вище, проходження митних формальностей – це не право, а обов'язок учасника зовнішньоекономічної діяльності. Оскільки всі товари, що переміщуються через митний кордон України, потребують митного оформлення, яке не можливо здійснити без участі спеціалістів, що мають спеціальні фахові знання у галузі митної справи, доцільним є введення у освітні програми підготовки майбутніх аграріїв дисциплін митного спрямування.

Аналіз досліджуваної проблеми показав, що іноземним учасникам зовнішньоекономічної діяльності поняття «митний брокер» знайоме вже більше ста років. Для України професійна діяльність з на ринку митних послуг – явище порівняно нове. Вітчизняний інститут підприємництва у митній сфері у період свого становлення формувався на основі тієї нормативно-правової бази, яка залишилася у спадок від радянських часів, коли питання про регулювання посередницької діяльності у митній сфері державою не ставилося і практично не вирішувалося [215, с. 3], отже і цілеспрямована професійна підготовка фахівців для ринку митних послуг не здійснювалася.

Незважаючи на те, що сьогодні ВНЗ випускають велику кількість спеціалістів сфери міжнародної торгівлі: комерсантів, маркетологів, менеджерів, економістів та ін., які володіють певними знаннями про логістику міжнародних товаропотоків, компетентних фахівців, обізнаних у питаннях митної справи, на ринку приватних митних послуг не вистачає. Ми пов'язуємо це неузгодженістю потреб ринку праці з можливостями системи освіти, розбалансованістю інтересів роботодавців, студентів та ВНЗ, і, як наслідок, невідповідністю змісту освіти запитам ринку. Ця проблема характерна і для професійної підготовки майбутніх аграріїв.

²¹³ Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників. URL : <http://www.jobs.ua/ukr/dkhp/> (дата звернення: 22.10.2019).

²¹⁴ Стандарт вищої освіти України рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) рівень Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.11.2018 р. № 1243. Київ, 2018.

²¹⁵ Світлак І. І. Організаційно-правові засади провадження посередницької діяльності митного брокера та митного перевізника в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : 12.00.07. Ірпінь, 2006. 25 с.

Оскільки підприємництво у митній сфері є невід'ємною та важливою умовою розвитку зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання, необхідно встановити чіткі кваліфікаційні вимоги до результатів навчання майбутніх фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Сучасний випускник аграрного ЗВО повинен не тільки володіти глибокими економічними знаннями, орієнтуватися у податковому законодавстві, інших правових нормах, бути уважним і відповідальним, але й, спираючись на отримані знання з митної справи, підтримувати клієнта-суб'єкта ЗЕД стратегічно, допомагати йому формувати тактику взаємодії з партнерами, у т. ч. і митними органами, а також планувати зовнішньоекономічну діяльність у цілому.

4.5. Управління центрами витрат як інструмент ефективної підприємницької діяльності

*Олійник А. С., канд. екон. наук,
Терещенко І. О., канд. екон. наук,
Дмитренко О. Ю., Пушміна О. В.
Полтавська державна аграрна академія*

Ефективне управління підприємствами може відбуватись лише за умови отримання інформації, яка необхідна для аналізу стану, прийняття рішень та контролю за виконанням. Відсутність інформації примушує керівників підприємств спиратися на інтуїцію, збільшуючи ризик прийняття неправильного рішення.

Системність та якість інформації для прийняття управлінських рішень передусім залежатиме від системи обліку витрат. Але сучасні системи обліку і контролю спрямовані переважно на зовнішніх користувачів інформації, і не містять такої системи управління, яка б враховувала потреби всіх суб'єктів господарювання [216].

Підґрунтям функціонування системи управління витратами виступає інформація як про виробничу діяльність, так і про зовнішні зміни, а результатом є раціональність системи управління витратами, що формує та забезпечує ефективність функціонування всього підприємства. Центри витрат відносно апарату управління виступають об'єктом управління, а з іншого боку, відносно витрат є суб'єктом управління, які реалізують функції системи управління витратами, які в свою чергу реалізуються через певні методи та інструменти.

Система управління витратами охоплює апарат управління

²¹⁶ Ясінська А. І. Сутність управління витратами на вітчизняних підприємствах. Вісник Національного університету Львівська політехніка. 2007. № 14 (594). С. 357–360.

фінансовою діяльністю (суб'єкт управління), витрати на виробництво, центри витрат (об'єкт управління), а також організацію, планування, аналіз, облік, контроль, координацію витрат, мотивацію до оптимізації витрат (функції управління) (рис. 1).

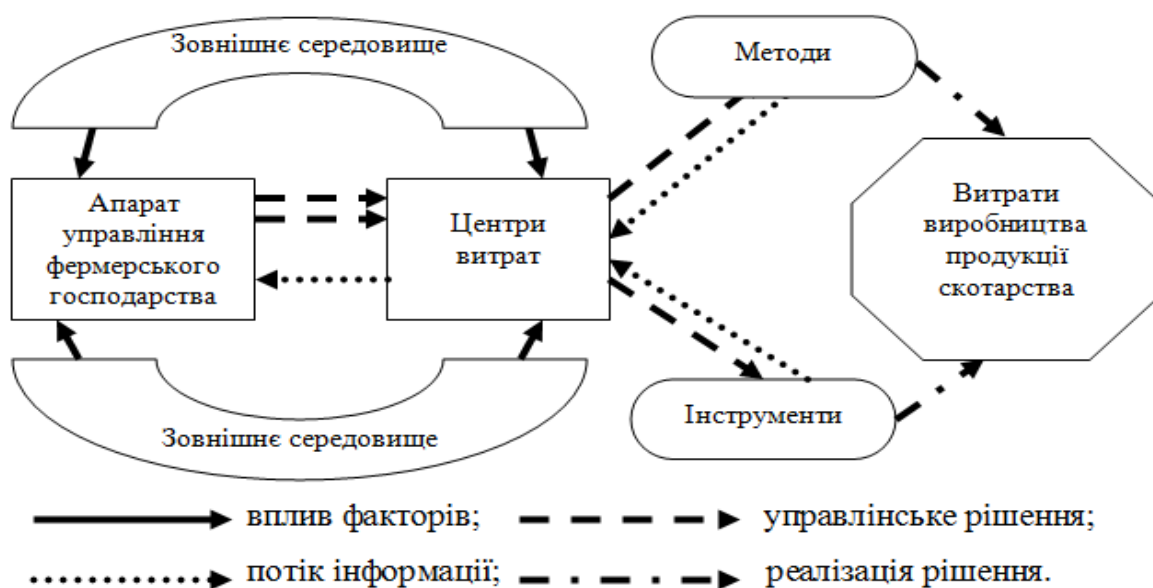


Рис. 1. Модель системи управління витратами

Джерело: власна розробка.

Зниження рівня витрат є важливим завданням, але не основною метою управління витратами підприємства. Процес тільки зниження рівня витрат може супроводжуватися зниженням якості виготовленої продукції та сервісного обслуговування покупців, відмовою від виробництва і реалізації видів продукції, які користуються попитом, але не потребують здійснення значних витрат. Головною метою управління витратами аграрних підприємств є підвищення ефективності та конкурентоспроможності його діяльності [217].

У нинішніх умовах формування ринкових відносин відбувається безперервний пошук найбільш ефективних і раціональних методів та форм управління витратами. У системі управління витратами вагоме місце займає вибір методу розроблення калькуляції завдяки якому суб'єкт господарювання розподіляє витрати, аналізує їх результативність та визначає цінову політику.

Функціонування підприємств залежить від змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі зумовлюючи цим перепони у процесі управлінні витратами. Більшість підприємств об'єднує між собою ряд певних проблем (табл. 1).

Здійснена структуризація аргументовано підтверджує факт низького рівня управління витратами у підприємствах. Тому для поліпшення ситуації, зокрема збільшення ефективності підприємницької

²¹⁷ Турило А. М., Кравчук Ю. Б., Турило А. А. Управління витратами підприємства : навч. посібн. Київ : Центр навч. літ-ри, 2006. 120 с.

діяльності та гармонізації виробничих відносин необхідно удосконалити механізм управління витратами, у тому числі їх формування та розподіл, що забезпечить високу результативність господарської діяльності, значний динамізм управління, орієнтацію на стратегічні цілі.

1. Структуризація проблематики управління витратами

Вид проблеми	Результат
Управлінська	відсутність аналізу існуючої організаційної структури як об'єкта формування витрат з метою оптимізації, низький кваліфікаційний рівень працівників.
Економічна	через зміни вартості відбуваються неточності при розрахунках вартості ресурсів, відсутність аналізу впливу непрямих витрат на фінансові результати.
Технологічна	значна частка застарілого та зношеного обладнання, висока капіталомісткість активної частини основних фондів, неповне використання виробничих потужностей.
Облікова	використання підприємствами застарілих методів калькулювання повної собівартості, відсутність взаємозв'язку таких функцій як планування, аналіз, облік.

Джерело: узагальнено автором.

Для вирішення проблем відносно управління витратами доцільності набувають центри витрат. Управління якими здійснюється з урахуванням технологічних та організаційних особливостей підприємства.

Центром витрат виступають окремі робочі місця, виробничі операції, які мають подібну характеристику, виробничу потужність.

При формуванні центру витрат доцільно враховувати [218]:

1. Кожен створений центр витрат, на чолі з керівником, повинен бути окремою сферою діяльності. Він створюється відповідно до деталізованої схеми організації підприємства та переліком посадових обов'язків працівників. При необхідності доцільно вносити коригування у посадові обов'язки.

2. Центр витрат повинен об'єднувати максимально схожі робочі агрегати, що зумовлюють витрати однорідного характеру. Це дозволяє визначити сукупність факторів, що здійснюють вплив на величину витрат даного центру витрат і вибір бази розподілу витрат.

3. Всі витрати повинні списуватися на центри витрат. Витрати у процесі їх обліку поділяються на регульовані та нерегульовані. За умови, коли керівник центру фінансової відповідальності впливає на витрати, то вони є регульованими, якщо витрати не підлягають контролю, то вони нерегульовані [219].

Формування центрів витрат сприяє:

— раціоналізації структури витрат;

²¹⁸ Великий Ю. М., Прохорова В. В., Сабліна Н. В. Управління витратами підприємства. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2009. 192 с.

²¹⁹ Учет затрат по центрам ответственности. URL : <http://be5.biz/ekonomika/bknp/23.htm> (дата звернення: 09.09.2019 р.).

- формування звіту центру витрат;
- зменшення відхилень фактичних витрат від нормативних;
- скорочення відповідальності за понесені витрати конкретних посадових осіб та структурних підрозділів.

Ефективність роботи центрів витрат полягатиме від змісту звіту, який буде охоплювати всі контрольовані витрати, групування показників звітності у міру сходження за ранговою ознакою (від нижчого до вищого рівня управління), включення даних, які дадуть змогу реалізувати управлінський принцип за відхиленнями.

Доцільність визначення центру витрат починаючи з нижчого рівня, окремого виконавця, обґрунтовується тим, що кожен виконавець відповідальний за ті витрати, величина яких залежить від нього.

Після створення центрів витрат першого рівня встановлюються центри витрат інших рівнів (другого, третього і т.д.). Тоді центри витрат послідовних рівнів можуть нести відповідальність як за витрати свого рівня, так і за витрати попередніх рівнів.

Відповідно кожного центру витрат відповідальність встановлюється тільки по контрольованим витратам. Однак часто виникає проблема відносно частково контрольованих витрат.

По всіх центрах витрат складається кошторис витрат, який охоплює ті витрати, які контролюються виконавцем або іншою відповідальною особою за витрати.

Вагомого значення набуває облік фактичних витрат по всіх центрах для організації контролю витрат. Для цього на кожен центр витрат, як правило, відкривають окремий аналітичний розрахунок з обліку витрат на виробництво, кожному центру присвоюють певний номер (шифр витрат) [220].

Прямі витрати розраховуються відповідно центрів витрат на підставі первинних документів, у яких зазначаються шифри витрат. Непрямі характеризуються безпосередньо даним центром витрат чи розподіляються з інших центрів.

Всі аспекти у системі управління витратами розглядаються у центрі витрат за напрямками:

- планування витрат;
- облік та план-факт контроль витрат;
- коригування процесу формування витрат.

У свою чергу планування витрат передбачає розробку класифікації витрат, визначення меж витрат ресурсів (посилаючись на запланований обсяг виробництва та потребу підтримки оптимального режиму роботи обладнання, обчислення вартості витрат відносно запланованих витрат ресурсів та вказаних цін на них, пошук шляхів можливої економії

²²⁰ Захаров В. А. Управління витратами підприємства за допомогою центру витрат. *Молодий вчений*. 2015. № 5 (20), ч. 1. С. 149–152.

ресурсів, створення програми ресурсозбереження, розробка плану-кошторису витратного планування.

Планування витрат відбувається з метою коригування їх для зменшення. Основні шляхи зниження витрат для покращення результативності підприємств наведені у табл. 2.

2. Шляхи зниження витрат

Стаття витрат	Шляхи зниження
Сировина, матеріали	пошук постачальників, які враховують вартість доставки у суму сировини і матеріалів; пошук постачальників, які забезпечують безкоштовний гарантійний ремонт; закупівля з заводу; складання попередніх кошторисів для чіткості розрахунків даної статті витрат.
Експлуатація обладнання	використання зворотного лізингу; своєчасне техобслуговування; зменшення технологічних простоїв; мінімізація витрат під час перерв, відпочинку; продаж чи оренда невикористаного обладнання.
Електроенергія	використання енергозберігаючих ламп; використання датчиків споживання енергії.
Персонал	контроль оплати праці за простої; зменшення виплат матеріальної допомоги, премій з чистого прибутку; зниження зарплатних податків за рахунок аутсорсингу.
Витрати на збут	зменшення витрат на транспортування за рахунок логістичних компаній; встановлення оптимальних тарифних ставок; автоматизація збуту сільськогосподарської продукції; близьке розташування складських приміщень.
Адміністративні	скорочення представницьких витрат; оптимізація рекламних витрат; зменшення витрат на Інтернет і телефонію шляхом витрат.
Загально-виробничі	продаж продукції зі строками зберігання за зниженими цінами зменшення витрат на проміжне зберігання.

Джерело: узагальнено автором.

Наступним етапом при планування витрат є розробка нормативів та норм витрачання ресурсів, виходячи із запланованих завдань з питань виробництва сільськогосподарської продукції та потреби нормального функціонування технічного обладнання. При цьому акцент має робитися на прив'язку нормативу чи норми, а саме чи нормуються витрати ресурсу на одиницю продукції, на одиницю часу використання ресурсу, одиницю умовну технологічного обладнання [221].

Обчислення вартості витрат у плановому періоді стає реальним, коли на базі плану випуску продукції, нормативів і норм витрат ресурсів

²²¹ Цмоць О. І. Аналіз і вибір методів стратегічного управління машинобудівним підприємством у режимі реального часу. *Збірник науково-технічних праць НУ «Львівська політехніка»*. 2010. Вип. 20.3. 280 с.

отримуються дані про необхідні ресурси. Тому використовуючи довідник існуючих цін на ресурси є змога визначити вартісну оцінку планових витрат.

Однак, не завжди отримана вартісна оцінка витрат відображає потонні можливості аграрного підприємства у довгостроковому плані розвитку. Тому є доцільність розробки програми ресурсозбереження. Принципом ресурсоекономії є зменшення витрат у процесі технологічної операції або збільшення ефективності використання ресурсу.

При плануванні витрат є необхідність складання кошторисів:

- на основі існуючих завдань з виробництва сільськогосподарської продукції та прийнятих нормативів і норм;
- коригування першого кошторису з врахуванням ресурсозбереження.

Враховуючи ефект економії по реалізації проекту ресурсозбереження доцільно стимулювати авторів програми. Запланувавши витрати, слід налагодити їх фактний контроль – облік та план. Оперативний облік витрат передбачає однорідне відображення у відділкових облікових формах із зазначеним терміном готовності інформації. За структурою облікова форма повинна сходитися з плановою. Тобто, облікова форма має забезпечувати пряме порівняння фактично досягнутих та планових показників. На цьому і ґрунтується елемент системи управління витратами – план-фактний контроль.

План-фактний контроль здійснюється у розрізах:

- натуральних показників;
- вартісних показників.

Отже, система оперативного обліку витрат повинна відображати результат відхилення фактичного від планового.

Корегований вплив на формування витрат передбачає цілі, які знаходяться під наглядом особи, яка несе відповідальність за управління витратами:

- відповідність між фактичними витратами ресурсів відповідно планово-нормативним витратам;
- співставлення графіку і обсягів витрачання ресурсів відповідно зміні виробничих і фінансових потужностей;
- економія за рахунок скорочення витрат ресурсів відносно нормативним витратам без зменшення корисного ефекту витрат.

Діагностика проблем формування і контролю витрат у підприємстві зводиться до визначення недостатньої оперативності обліку, відсутності критеріїв ефективності виробничої діяльності у системі управління витратами, функціонування незначної системи мотивації.

На думку В. А. Захарова «...недостатність оперативного обліку полягає у тому, що на більшості підприємств повні дані про фактичні витрати у цехах можуть бути отримані у бухгалтерії через місяць після

звітнього. Ці дані на момент їх отримання будуть застарілими. Вони не дозволяють оперативно аналізувати виробничі процеси у цехах і, відповідно, приймати рішення з виникнення проблем» [220].

Удосконалення системи управління витратами має на меті постійний пошук резервів економії ресурсів, облік, аналіз, планування витрат за їх видами, їх нормування, мотивація ресурсозбереження та зменшення витрат для підвищення ефективності виробничо-фінансової діяльності підприємств.

Для управління центрами витрат виникає необхідність у випереджаючій функції, оскільки, більшість витрат є безповоротними, тому рішення про оптимізацію треба приймати ще до їх виникнення або під час формування. Випереджаюча функція управління витратами утворює деякі наслідки для такої стратегії. Адже потреба у прийнятті оперативних управлінських рішень на різних етапах операційного циклу зумовлює зростання рівня децентралізації управління, делегування окремих управлінських повноважень керівникам центрів відповідальності. Зосередження усіх управлінських рішень на найвищому рівні апарату управління призводить до уповільнення процесу формування та переміщення потоку інформації, що у свою чергу зменшує ефективність прийнятих управлінських рішень.

Перевагами застосування автоматизованого формування, збору та обробки інформації є:

- отримання оперативної, повної та достовірної інформації про виробничу діяльність усіх центрів витрат;
- формування звітної документації по центрах витрат та підприємства в цілому;
- створення загального інформаційного поля на всіх стадіях руху інформації, що збільшує ефективність грошового потоку та контролю у системі управління;
- скорочення витрат часу та економія ресурсів на ведення оперативного обліку витрат;
- оперативний облік технологічних операцій та процесів у комплексній інформаційній системі.

Отже, підприємницька діяльність буде повністю ефективною при створенні комплексної системи управління витратами. Для цього слід взяти до уваги вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, врахувати специфіку існуючої системи управління та проаналізувати організаційну структуру підприємства. Незалежно від специфіки функціонування підприємства порядок створення системи управління витратами має охоплювати низку етапів спрямованих на створення ефективних центрів відповідальності, формування результативних центрів витрат, забезпечення ефективної системи управління. У нинішніх умовах ефективність управління витратами також ґрунтується на застосуванні засобів автоматизації, формуванні

обґрунтованого потоку інформації для прийняття управлінських рішень апаратом управління суб'єкта господарювання.

Таким чином, ефективне управління центрами витрат дозволить:

- використання нових управлінських рішень для зниження витрат;
- зменшення витрат на транспортування;
- зниження витрат планово-економічного відділу;
- контролювати витрати починаючи з місця їх виникнення;
- за рахунок стандартизації скорочення трудомісткості робіт пов'язаних з контролем витрат;
- оптимізація розрахункових витрат;
- зменшення статті постійних витрат;
- скорочення собівартості продукції у підприємстві.

4.6. Теоретико-методологічні засади соціально-психологічного аналізу управління підприємствами агропромислового комплексу

*Подлесна Г. В., канд. психол. наук, доцент,
Ільченко А. М., канд. пед. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Враховуючи сучасні тенденції розвитку та удосконалення аграрної політики України, реформування аграрного сектору, агропромислові комплекси, які забезпечують суспільство продовольством і сировиною для промислового виробництва і охоплюють виробництво сільськогосподарської продукції, її заготівлю і переробку, за своєю логікою та принципами мають відповідати курсу на ринкову економіку. Практичне розв'язання завдань, поставлених перед аграрною галуззю, процесами державотворення, кардинальними змінами у суспільно-політичному та економічному житті суспільства, вимагає належної підготовленості керівників, здатних ефективно здійснювати управління підприємствами агропромислового комплексу у складних умовах сьогодення.

Управління в системі агропромислового комплексу доцільно здійснювати на організаційно-правових засадах та соціально-психологічних аспектах гуманістичної парадигми. Керівник підприємства усе більшою мірою стає менеджером, усвідомлена взаємодія якого з іншими учасниками, має забезпечити їхню активну та скоординовану участь у досягненні цілей підприємства агропромислового комплексу. Це, у свою чергу, вимагає від керівника сформованості належного рівня професійних компетентностей, комунікативної підготовленості та індивідуального стилю управління.

У науковій літературі представлена достатня кількість досліджень, спрямованих на визначення сутності процесу управління, розкриття його основних функцій (Б. Андрушків, Г. Артюр, В. Афанасьєв, Ф. Генев,

Л. Кайдалова, П. Керженцев, М. Мескон, Г. Попов, Г. Слезінгер, Е. Суїменко, ін.). Інтенсивно досліджуються психологічні аспекти взаємодії керівника з підлеглими (В. Бойко, Ф. Журавльов, В. Ковальов, А. Свенцицький, ін.), приділяється значна увага обґрунтуванню моделі та визначенню показників ефективної управлінської діяльності (Н. Бахарєва, Ю. Ємельянов, Р. Кричевський, ін.), аналізу соціально-психологічних засад управлінської діяльності керівників підприємств (Л. Карамушка, Н. Коломінський, Р. Шакуров, ін.) тощо.

Аналіз наукової літератури показав, що у більш широкому розумінні, управління трактують як функцію організованих систем різної природи, спрямовану на збереження певної структури останніх та отримання заданого результату. Так, на думку Г. Андрєєвої, управління – це явище об'єктивного світу, яке притаманне високоорганізованим динамічним системам і полягає у здійсненні цілеспрямованого впливу керуючої системи на керовану за допомогою спеціальної сигнально-інформаційної програми [222].

За об'єктом прикладання зусиль управління розрізняють: технічне (управління науково-технічними процесами, фізичними тілами, системами машин тощо), біологічне (управління процесами, які протікають у живій природі і пов'язані з життєдіяльністю організмів) та соціальне (управління процесами в суспільстві). Стосовно останнього, то В. Афанасьєв, приміром, описує його як внутрішньо притаманну властивість суспільства на будь-якій стадії його розвитку і вважає, що «управління є сукупністю певних дій (операцій), які здійснюються людиною, суб'єктом управління щодо об'єкта з метою його перетворення та забезпечення його руху до заданої мети» [223]. За рівнями виділяють такі види соціального управління: на рівні організації; регіону; соціальної сфери; суспільства (держави) в цілому. Під управлінням на рівні організації розуміють «соціальне утворення, яке має спеціально створену структуру і діяльність якого підпорядкована певній меті» [224].

Частина управління, яка характеризується впливом суб'єкта управління на людей, багатьма авторами визначається як керівництво, або менеджмент [225]. Іншими словами, між поняттями «управління» та «керівництво» існує своєрідний взаємозв'язок: з одного боку, управління містить у собі керівництво як суб'єктивний компонент, з іншого – воно само є змістом керівництва, оскільки соціальне управління здійснюється людьми щодо інших людей. Ряд авторів вказують, що поняття «менеджер» свідчить про певний рівень професіоналізму в управлінні, тобто, менеджером є професійний управлінець, керівник [225].

До специфічних соціальних організацій відносять і підприємства

²²² Андреева Г. М. Социальная психология. Москва : Аспект Пресс, 2008.

²²³ Афанасьев В. Г. Человек: общество, управление, информация : опыт системного подхода. Москва : URSS, 2013. 202 с.

²²⁴ Крутько В. Н. Введение в менеджмент кризисных ситуаций. Киев : МЗУУП, 1994. 49 с.

²²⁵ Дафт Р. Л. Менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 832 с.

агропромислового комплексу. Серед найважливіших характеристик останніх називають: 1) підприємства агропромислового комплексу повинні бути відкритими системами, які мають враховувати постійні зміни, що відбуваються у соціальному середовищі; 2) такі підприємства мають швидко адаптуватися до нових підходів у суспільному розвитку та трансформувати їх в новий зміст управління, нові інформаційні технології, нові стратегії взаємодії між учасниками управлінського процесу, нові психологічні характеристики учасників такої взаємодії; 3) для адаптації до соціальних змін підприємства агропромислового комплексу мають характеризуватися стратегічним мисленням та баченням майбутнього, сильною корпоративною культурою, командним принципом роботи та вільним обміном інформації; 4) враховуючи специфіку діяльності підприємства агропромислового комплексу повинні функціонувати на засадах гуманістичного менеджменту [226].

Відповідно під управлінням підприємства агропромислового комплексу у найбільш загальному вигляді розуміють спеціальний вид діяльності, який забезпечує досягнення цілей діяльності цих підприємств. Зміст управління визначається як процес (сукупність взаємопов'язаних безперервних дій), що має забезпечити успіх функціонування певної організації. Виділені сукупності дій (їх по-іншому називають управлінськими функціями) також є окремими процесами. Саме вони й складають сутність процесу управління.

Науковці визначають вихідні функції управління. Відомий теоретик і практик менеджменту А. Файоль виділяє п'ять функцій: планування, організація, розпорядження, координація, контроль. Інші автори визначають такі функції управління: планування, керівництво, організацію, координацію, контроль, прийняття рішень, підбір персоналу, розв'язання фінансових питань, об'єднання людей, мотивацію, оцінку, комунікацію, представництво, ведення переговорів, укладання договорів тощо [227]. М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі наголошують на чотирьох первинних функціях управління: плануванні, організації, мотивації і контролі. Під мотивацією науковці розуміють «процес спонукання себе та інших до діяльності щодо досягнення особистих цілей або цілей організації» [228].

Первинні функції, на думку авторів, об'єднуються між собою двома процесами, притаманними кожній з них: комунікацією (обмін інформацією) та прийняттям рішень (вибір альтернатив при здійсненні управлінських функцій). При цьому керівництво (лідерство) розуміється як самостійна діяльність, такий вплив на окремих працівників та групи. працівників, щоб вони працювали у напрямі досягнення цілей діяльності організації.

²²⁶ Платонов С. В., Третьяк В. И., Черкасов В. В. Искусство управленческой деятельности. Киев : Либра, 1996. 416 с.

²²⁷ Fayol H. General and industrial management. London : Pitman, 1949.

²²⁸ Мескон М., Альберт М., Хедоурі Ф. Основы менеджмента ; 3-е изд., испр. и доп.; пер. с англ. Москва : ООО И.Д. Вильямс, 2008. 672 с.

Для розуміння сутності управління підприємствами в агропромисловому секторі корисним є виявлення типових для соціальних систем функцій управління на основі об'єднання їх у певні смислові блоки, а саме: планування (вироблення і прийняття управлінських рішень), організацію та контроль як завершення управлінського циклу, що забезпечує зворотний зв'язок. Між названими функціями, як правило, розміщують організацію як практичну реалізацію вироблених рішень. Це те спільне, що притаманно більшості підходів до визначення функцій управління [229].

Відповідно до відомої класифікації Є. Климова управління відноситься до типу соціономічних професій (типу «людина – людина»). Причому специфіка управління полягає, насамперед, в тому, що тут метою і результатом (як прямим, так і опосередкованим) управлінської праці є людина, особистість [230]. Тому, у керівництві підприємством важливого значення набуває врахування психологічного рівня управління, що полягає у врахуванні процесів, які необхідні для планування, організації та контролю діяльності, а саме: прийняття управлінського рішення, спілкування, керівництво (як здійснення впливу на людей), мотивація [230].

Об'єктами впливу керівника при управлінні підприємством (які, водночас, є і суб'єктами) виступають окремі люди, групи людей, колективи з їхніми різноманітними психофізіологічними, психологічними, соціально-психологічними характеристиками. Відповідно, метою для керівника підприємства агропромислового комплексу є створення сприятливих умов для трудової діяльності працівників, трудового колективу, обслуговуючого персоналу. Для реалізації визначеної мети, у сучасного керівника підприємства мають бути сформовані професійно-значущі уміння та навички, компетентності, комунікабельність, виразна поведінка, правила розв'язання практичних і теоретичних завдань тощо.

Управлінська діяльність нерозривно пов'язана з комунікацією. Міжособистісна взаємодія в колективі, як і взагалі в будь-якому об'єднанні, породжує дуже важливий феномен – соціально-психологічний клімат колективу. Значущість соціально-психологічного клімату розглядається з точки зору його впливу як на ефективність управлінської діяльності керівника, так і на взаємостосунки кожного з працівників підприємства.

Більшість авторів визначають важливу роль соціально-психологічного клімату в житті підприємства, управління ним, в життєдіяльності кожної особистості. Так, Б. Паригін стверджує, що соціально-психологічний клімат є «одним з вирішальних чинників

²²⁹ Карамушка Л. М. Психологія управління : навч. посіб. Київ : Міленіум, 2003. 344 с.

²³⁰ Климов Е. А. Введение в психологию труда : учеб. ; 3-е изд-е. Москва : МГУ: «Академия», 2004.

ефективної діяльності людини в усіх сферах життя суспільства», розглядає його в аспекті реалізації функції зворотного зв'язку. На думку автора, значущість соціально-психологічного клімату визначається також тим, що від нього залежить міра, яку вносить кожний індивід у діяльність, характер її спрямованості, ефективність [231].

Соціально-психологічний клімат – це частина соціально-психологічного простору підприємства, психологічне поле, на якому розгортається діяльність кожного учасника процесу праці, «плацдарм життєдіяльності особистості». Врахування соціально-психологічного клімату керівником колективу, здійснення активних дій щодо створення сприятливого соціально-психологічного клімату є життєво важливим напрямом діяльності менеджера-керівника, адже це необхідно не тільки з точки зору оптимізації управлінської праці, а й з точки зору надання позитивного впливу на персонал.

Таким чином, соціально-психологічний клімат – це домінуючий у конкретному колективі відносно стійкий настрій, який формується на основі психічного відображення умов життя і діяльності в міжособистісній взаємодії.

Соціально-психологічний клімат найчастіше порушується в таких ситуаціях: коли виникають безпринципні угруповання на базі родинності, взаємного бачення недоліків, лібералізму тощо; під час особистих конфліктів, коли дрібні розбіжності перетворюються у принципові та заважають вирішенню загальних завдань колективу; за несправедливої системи заохочень та покарань; унаслідок слабкого авторитету керівника.

Найважливіші чинники, від яких залежить соціально-психологічний клімат – це стиль та методи керівництва, авторитет керівника.

Аналізуючи соціально-психологічний клімат у колективі автори виокремлюють певні аспекти, що впливають на ефективність управлінського процесу, а саме індивідуальний стиль управління, або стиль керівництва. Визначаючи чинники, що впливають на створення емоційного та виробничого настрою на підприємстві, на мікроклімат у них, на попередження, виникнення та розв'язання конфліктів та досягнення оптимальної результативності праці на підприємстві, вчені дійшли висновку про значну роль стилю керівництва, особистості керівника в оптимізації професійної взаємодії.

Стиль керівництва – це спосіб, за допомогою якого здійснюється функція керівництва особами, які виконують роботу у певній групі; сукупність прийомів та методів, що застосовуються керівником в організації діяльності колективу і впливу на його окремих членів [232].

²³¹ Парыгин Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. Санкт-Петербург : ИГУП, 1999. 592 с.

²³² Генев Ф. Психология управления : Основные пробл. ; пер. с болг. ; общ. ред. Б. Ф. Ломова, В. Ф. Венды. Москва : Прогресс, 1982. 422 с.

На думку Л. Кайдалової, стиль керівництва – це стійка сукупність особистісних, психологічних характеристик керівника, за допомогою яких реалізується той чи інший метод керівництва [233]. Отже, стиль керівництва – це система способів діяльності, яка постійно повторюється, має внутрішню гармонію і цілісність та забезпечує ефективне здійснення функцій управління в даних конкретних умовах [234].

У теорії та практиці діяльності керівника виділяють різні типи стилів управління за ознакою переважання одноосібних чи групових способів впливу на організацію виробничого процесу:

1. Авторитарне управління (директивне, імперативне) – коли керівник сам визначає групові цілі, приймає рішення, діє на підлеглих, в основному, наказом, розпорядженням, які не підлягають обговоренню.

У свою чергу авторитарне управління поділяють на: а) патріархальне: підлеглі повинні слухатися керівника, а він вважає їх такими, які не мають можливості самостійного прийняття рішень; б) автократичне: більш притаманне інституціям (державі, підприємству), ніж окремим особам, коли керівництво здійснюється апаратом через підлеглі інстанції, які побічно проводять рішення автократа (самодержця), залишаючись підлеглими йому; в) бюрократичне, в якому домінує деперсоналізація (людина – носій регламентованих функцій), керівники всіх рівнів займають своє місце в структурі інстанцій і мають право на виконання даних їм повноважень; г) харизматичне, коли за лідером визнаються видатні, неповторні якості, а тому він може побажати будь-якої жертви від підлеглих і не зобов'язаний про них турбуватися.

2. Демократичне управління (кооперативне, колективне), коли керівник мобілізує групу на колективну розробку рішень, їх реалізацію, організовує систематичний обмін інформацією, думками, на підлеглих діє переконаннями, порадами, аргументами.

3. Ліберальне (пасивне) управління характеризується низьким рівнем вимог до підлеглих, головними засобами впливу є прохання, інформація.

4. Анархічне управління – це фактична відмова від активного впливу на підлеглих, уникання в прийнятті рішень, невтручання і потурання підлеглим [235].

Визначаючи індивідуальні властивості стилю керівництва В. С. Лозниця виокремлює такі основні індивідуальні стилі керівництва:

1. «Невтручання», що характеризується низьким рівнем турботи про виробництво і людей, коли керівник не керує, а багато працює сам, домагається мінімальних результатів, які достатні лише для того, щоб зберегти свою посаду в даній організації.

²³³ Кайдалова Л. Г., Пляка Л. В. Психологія спілкування : навч. посіб. Харків : НФаУ, 2011. 132 с.

²³⁴ Шакуров Р. Х. Социально-психологические основы управления: руководитель и коллектив. Москва : Просвещение, 1990. 208 с.

²³⁵ Лозниця В. С. Психологія менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. Київ : ЕксОб, 2001. 512 с.

2. «Тепла компанія», що характеризується високим рівнем турботи про людей, прагненням до встановлення дружніх стосунків, приємної атмосфери і зручного темпу праці. При цьому керівника не дуже цікавить, чи будуть досягнуті конкретні й стабільні результати професійної діяльності.

3. «Завдання», що характеризується підвищеною увагою керівника на виробництві, коли людському чиннику не приділяється увага, або приділяється недостатньо.

4. «Золота середина», що характеризується прагненням керівника поєднати інтереси працівників з виконанням роботи. Керівник не вимагає занадто багато від працівників, але і не займається потуранням.

5. «Команда», що характеризується прагненням керівника поєднати в своїй діяльності як інтереси підприємства, так і потреб працівників. Цей стиль сприяє досягненню мети підприємства, формує взаємовідносини довіри і поваги між суб'єктами підприємства [235].

Вибір індивідуального стилю керівництва колективом є одним із найважливіших завдань для менеджера. В сучасних умовах менеджери все більше практикують комбінування авторитарного і кооперативного (демократичного) стилів керівництва, причому останній повинен переважати.

Підсумовуючи вище сказане зазначимо, що управління є функцією організованих систем різної природи, спрямованою на збереження певної структури останніх та отримання заданого результату. Відповідно управління підприємствами агропромислового комплексу є спеціальним видом діяльності, який забезпечує досягнення цілей діяльності цих підприємств.

Основними функціями управління виступають: планування (вироблення та прийняття управлінських рішень), організація та контроль. Необхідними умовами здійснення цих функцій, що завжди супроводжують їх і, водночас, «надбудовуються» над ними, посідаючи вищий рівень у ієрархії управлінських процесів, є прийняття керівником управлінського рішення, спілкування, керівництво (як здійснення впливу на людей) та мотивація.

Менеджмент в агропромисловому секторі – це усвідомлена взаємодія керівника з іншими людьми (підлеглими, партнерами, своїми керівниками), спрямована на забезпечення їхньої активної та скоординованої участі в досягненні поставленої мети. Це таке управління, у процесі і результаті якого, у людей формуються (або актуалізуються) психічні стани, якості, властивості, що стають психологічним підґрунтям для їх ефективної діяльності.

Цілеспрямований аналіз індивідуального стилю управління менеджерів підприємств можна ефективно здійснювати у контексті формування їх професійної компетентності, при врахуванні психології

дорослих, зокрема тієї обставини, що таке навчання має забезпечувати не стільки функціональний, скільки концептуальний розвиток, який знаходить своє вираження у розширенні та поглибленні їх уявлень про оточуючу дійсність, у формуванні цінностей, смислових утворень та ідеалів, у збагаченні власної концепції життя та освоєнні технологій її практичної реалізації.

4.7. Організаційна культура як фактор формування ефективної діяльності підприємницьких структур

*Сазонова Т. О., канд. екон. наук, доцент,
Шульженко І. В., канд. екон. наук, доцент
Полтавська державна аграрна академія*

Організаційна культура (ОК) – це норми та цінності, які формує керівник (власник бізнесу) і які поділяються абсолютною більшістю членів організації або підприємства. ОК – це зовнішні прояви цінностей, місії організації, які реалізуються через організаційну поведінку. ОК, з одного боку сприяє адаптації організації до зовнішнього середовища, а з іншого – формує передумови для ефективного функціонування всіх елементів внутрішнього, визначає єдиний вектор поведінки керуючою та керованої підсистем.

ОК є системою, яка складається з взаємопов'язаних елементів (рис. 1).



Рис. 1. Елементи організаційної культури

Джерело: складено на основі [236].

Відповідно кожен елемент має свій зміст (табл. 1).

Цінність організаційної культури для менеджменту полягає в тому, що при застосуванні правильного підходу до її формування, керівництво може розраховувати на бажану (для нього) поведінку персоналу.

1. Зміст елементів організаційної культури

Елемент	Зміст
Поведінкові стереотипи	Сленг, який використовують члени організації; традиції і звичаї, ритуали
Групові норми	Зразки і стандарти, які регламентують поведінку членів організації
Проголошувані цінності	Загальновідомі і декларовані в організації цінності і принципи, яких дотримується і які реалізує організація
Філософія організації	Загальні ідеологічні і навіть, можливо, політичні принципи, які визначають дії організації щодо службовців, клієнтів, посередників
Правила гри	Правила поведінки при роботі в організації; традиції і обмеження, які слід засвоїти новачку для того, щоб стати повноцінним членом організації; «Заведений порядок».
Організаційний клімат	Почуття, яке визначається фізичним складом групи і характерною манерою взаємодії членів організації один з одним, клієнтами або іншими сторонніми особами
Існуючий практичний досвід	Методи і технічні прийоми, використовувані членами групи для досягнення певних цілей; здатність здійснювати певні дії, що передається з покоління в покоління і не вимагає обов'язкової письмової фіксації

Джерело: складено на основі [236].

Формуючи таку модель поведінки (шляхом поширення відповідних цінностей, установок, норм тощо), менеджери можуть зіткнутися з проблемою відсутності очікуваного ефекту. Причина – в організації завжди складається «стихийна» ОК, яка формується особливостями діяльності, індивідуальними ознаками персоналу (важливо враховувати організаційну поведінку неформальних лідерів), минулим досвідом, звичкою. Таким чином, навіть прогресивно удосконалена, змінена ОК може зустріти супротив з боку керованої системи. Відбувається це частково тому, що штучно впроваджувані організаційні норми і цінності вступають в конфлікт з реально існуючими і тому активно відкидаються більшістю членів організації.

З огляду на зазначене, для підприємницьких структур пропонуємо формувати та удосконалювати ОК, застосовуючи процесний підхід (рис. 2).

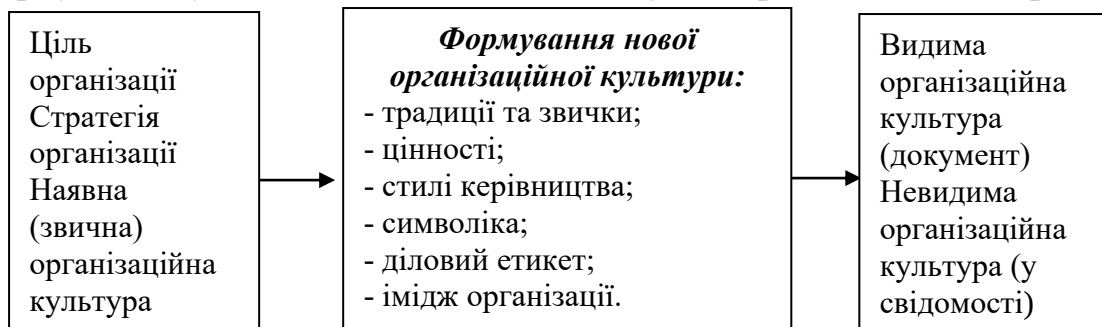


Рис. 2. Процесний підхід до формування (удосконалення) ОК

Джерело: власна розробка.

Фактично, ОК підприємницьких структур має допомагати вирішити два основних завдання: 1) сприяти як мінімум – виживанню, як максимум – ефективному функціонуванню організації у конкретному соціально-економічному середовищі; 2) забезпечувати внутрішню інтеграцію для досягнення поставлених керівництвом цілей.

ОК має включати в себе ділову культуру, яка в контексті функціонування підприємницьких структур, відображає межі в системі «конкурентна поведінка – етична поведінка», визначає норми поведінки в бізнесі та спрямовує мотивацію персоналу на перманентний пошук шляхів отримання та нарощування прибутку.

Обираючи той чи інший тип ОК керівник керується власними знаннями, досвідом, поглядами, але який би шлях він не обрав, головне, на наш погляд, враховувати той факт, що сильна ОК має: формувати для персоналу чіткі орієнтири їх діяльності; створювати передумови для ефективної комунікації; сприяти прийняттю ефективних рішень; знижувати витрати на контроль; підвищувати лояльність персоналу; мотивувати персонал; забезпечувати стабільне функціонування організації.

Обираючи певний тип ОК, керівник застосовує ситуативне управління. Тому рецепту, щодо правильності обрання того чи іншого типу ОК не існує. Разом з тим, для підприємницьких структур найбільш універсальною, на наш погляд, є підприємницька культура. Адже, підприємницька культура застосовується організаціями [складено на основі [237, 238, 239, 240]:

1) які орієнтовані на постійне підвищення власної конкурентоздатності;

2) які спрямовують власні зусилля на постійне залучення інвестицій, тобто нарощування власної інвестиційної привабливості;

3) які формують менталітет співробітників як економічно активної складової підприємницької структури, здатними не лише продукувати та отримувати прибуток, але й брати на себе велику відповідальність та ризик;

4) які гарантують розвиток власному персоналу, заохочують виявлення креативності та інноваційності у виробничій та управлінській діяльності;

5) які формують внутрішньоорганізаційні відносини на основі виявлення ініціатив як збоку керуючої, так і збоку керованої підсистем;

6) які залучають персонал до управління, надають їм можливість приймати управлінські рішення в межах власних повноважень;

7) які широко використовують метод делегування повноважень, що сприяє не лише залученню персоналу до управління, але й сприяє задоволенню мотиваційних потреб в приналежності, у визнанні та повазі

²³⁷ Креденцер О. В. Підприємницький тип організаційної культури. *Актуальні проблеми психології*. 2013. С. 11–15.

²³⁸ Ансофф И. Стратегическое управление. Москва : Прогресс, 1989. 519 с.

²³⁹ Стеклова О. Е. Организационная культура : учеб. пособ. Ульяновск : УлГТУ, 2007. 127 с.

²⁴⁰ Cole D.W. Professional suicide – Or organizational murder. Cleveland : Organizational development institute of Ohio, 1989.

та самовираженні;

8) які розвивають та заохочують неформальне лідерство;

9) які більшою мірою орієнтовані не на колектив, а є індивідуально-центрованими: багатство організації – індивідуальний працівник, з високим рівнем прагнення до досягнень (неминуче пов'язані з отриманням прибутків), конкурентоздатний, креативний, ініціативний, відповідальний та здатний до ризику. Формуючи подібне ставлення до кожного окремого працівника – у підсумку отримуємо персонал, який самотивований, адже, створюються зовнішні умови для його розвитку та забезпечення задоволення його потреб.

Враховуючи вище зазначене та в цілому специфіку функціонування підприємницьких структур в сучасному бізнес-середовищі, на наш погляд, їх ОК має включати наступні складові: принципи діяльності організації; інформацію про співробітників; систему інновацій в управлінні, діяльності, відносинах; систему норм та традицій, етика підприємця; ставлення до помилок; систему мотивації, заохочення персоналу; систему соціальної відповідальності бізнесу; підтримку ініціатив; прозорість організаційних процесів, довірчі відносини в колективі; корпоративні заходи.

Так, серед принципів діяльності організації, метою якої є отримання прибутку в довгостроковій перспективі, доцільно виокремити наступні: економічної свободи; наявності конкурентоздатності; гнучкості, швидкої адаптації до змін ринкового середовища; збільшення ефективності виробництва; зниження економічного ризику; орієнтації на споживача; оптимальності (прийняття оптимальних комерційних управлінських рішень); дотримання норм вітчизняного (і не тільки вітчизняного) законодавства; використання сучасних технологій.

Щодо інформації про співробітників, то індивідуально-центроване управління передбачає приділення достатньої уваги кожному працівникові, його відзначення, виокремлення. Наголос робиться на найсильніші сторони та найбільші досягнення працівника. Щоб сформована інформація була адекватна реальності та постійно поновлювалася, необхідно даному аспекту приділити увагу ще на першому етапі – залучення персоналу. Для цього доцільно визначитися заздалегідь з набором компетенцій, якими має володіти працівник (і надалі розвивати їх). До основних компетенцій, що сприяють ефективній підприємницькій діяльності, на наш погляд, доцільно віднести: здатність генерувати нові ідеї (креативність); вміння виявляти, ставити, вирішувати проблеми та приймати обґрунтовані рішення; здатність до адаптації та дії в новій ситуації, бути критичним та самокритичним; здатність до ефективної зовнішньої та внутрішньої комунікації; здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких структур; здатність проводити дослідження з

використанням теоретичних та прикладних досягнень в сфері підприємництва; здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва; здатність до вирішення проблемних питань і нестандартних ситуацій у професійній діяльності за умов невизначеності та ризиків; здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій діяльності.

Система інновацій в управлінні, діяльності, відносинах передбачає як зміну існуючої практики, так і створення нової практики принципово іншої, відповідно до безперервного розвитку управлінських та виробничих технологій.

Система норм та традицій, етика підприємця має бути не лише проголошена в усній формі, але й закріплена офіційно у вигляді Етичного кодексу організації. Даний Кодекс має включати розділи з корпоративної етики (норми відносин з державою, споживачами, постачальниками, персоналом); професійної етики (особливості поведінки, ставлення, взаємовідносин людей, що зумовлюються професійною діяльністю); ділової етики (правила поведінки в сфері комерційних операцій, взаємовідносин з іншими підприємцями, найманими працівниками, суспільством). Крім того, Етичний кодекс має висвітлювати питання іміджу. За умови втілення в собі вище зазначеного, Етичний кодекс зможе на постійній основі позитивно впливати на формування системи ефективної діяльності підприємницької структури. Адже, він «відіграє» одночасно три важливі ролі: 1) управлінську; 2) репутаційну, іміджеву; 3) формування та розвитку організаційної культури.

Ставлення до помилок – формування у кожного з учасників підприємницької діяльності чіткого переконання: «Не помиляється лише той, хто нічого не робить!». Правила, які допоможуть переформатувати власне ставлення до помилок (починаючи від власника і закінчуючи найменш кваліфікованим найманим працівником): 1) не боятися помилок; 2) змінити ставлення до помилок; 3) завчасно обмірковувати власну реакцію на помилку; 4) навчитися сприймати позитивно кожну невдачу (знаходити позитивні моменти, наприклад – досвід); 6) намагатися отримати вигоду від помилки (наприклад підвищити власний професійний рівень, отримати консультацію тощо).

Система мотивації, заохочення персоналу має ґрунтуватися на індивідуалізованій системі оплати праці «за заслуги», яка базується на результатах діяльності та особистому внеску в загальну ефективність організації окремого працівника. Система має бути прозорою, зрозумілою для всіх, оціночні критерії – досяжними і відображати загальний напрямок стратегії розвитку організації. Система мотивації має враховувати реальні потреби працівники, бути максимально адресною. Такою системою є система KPI (Key Performance Indicator).

Система соціальної відповідальності бізнесу має охоплювати зовнішню соціальну відповідальність: спонсорство та благодійність; сприяння охороні навколишнього середовища; взаємодія з суспільством та місцевими органами влади; готовність допомогти в кризових ситуаціях (аварії, стихійні лиха тощо); відповідальність перед споживачем (виробництво якісних товарів, послуг) та внутрішню: безпечність умов праці; стабільна оплата праці, яка, до того ж, є соціально значимою; розвиток персоналу; мотиваційний, окрім базового, соціальний пакет; готовність допомогти працівникам в критичних обставинах їх життя тощо.

Підтримка ініціатив співробітників вимагає забезпечення керівництвом наступних умов: 1) стандартизація алгоритму нововведень; 2) стимулююча оплата праці; 3) усвідомлення безпечності наслідків висловлення ініціативи для працівника; 4) індивідуалізація функцій в поєднанні з командною роботою; 5) сприяння усвідомленню співробітником власної значимості, місця та ролі в організації та внеску в її ефективність; 6) наявність знань та повноважень для реалізації ініціатив; 7) усвідомлення кожним працівником цілей, які мають досягти спільними зусиллями всі члени організації.

Для забезпечення вище наведених умов, керівництво має: залучати, мотивувати та переконувати персонал; надихати та підбадьорювати підлеглих; допомагати у реалізації ініціатив; навчати, розвивати персонал.

Прозорість організаційних процесів, довірчі відносини в колективі – передбачає можливість відповідальних за прийняття рішень співробітників, моніторити, контролювати та керувати процесом, з метою забезпечення його продуктивності та успішного завершення. У співробітників, які приймають рішення, є можливість порівняти фактичні показники з плановими (нормативними) та виявити розбіжності, для усунення яких в подальшому розробляється план дій. В свою чергу вимоги до процесу та очікування зацікавлених осіб є основним критерієм оцінки. Вводячи в курс справ своїх підлеглих, керівництвом домагається розуміння працівниками того, як працює організація, за рахунок чого та визначає роль, обов'язки та взаємозв'язки кожного.

ОК передбачає регулярне проведення ряду корпоративних заходів, які мають закріплювати її положення, підвищувати лояльність та відданість персоналу (корпоративна програма з навчання іноземній мові; корпоративні свята; спільні екскурсії; медичне страхування, оплата медичних послуг; забезпечення трансферу персоналу; корпоративний спорт; дитячі свята тощо).

Підсумовуючи, зазначимо, що організаційна культура є невід'ємною частиною життєдіяльності організації. Вона формується і змінюється залежно від бачення, бажання, досвіду власника бізнесу. Але сильна ОК, в першу чергу, має відповідати місії організації, відображати

глибинний зміст її існування; ОК розробляють для людей (персоналу) і їхніми ж зусиллями (точніше – зусиллями фахівців, які також є персоналом); ОК має бути культурою взаємодовіри та поваги, забезпечувати ефективний взаємний зв'язок; ОК має відображати стиль лідерства – лише тоді вона буде гармонійною, а не штучно придуманою. Ідеального типу організаційної культури не існує, але загальні правила побудови сильної ОК є теоретико-методологічно обґрунтованими та практично випробуваними.

4.8. Технологічні аспекти підвищення ефективності садівництва в Україні

Хмельницька Є. В., канд. техн. наук, доцент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Україна передусім відома як країна зі сприятливими природно-кліматичними умовами для інтенсивного розвитку плодівництва. Низький рівень споживання яблук населенням в Україні є результатом дії двох чинників: недостатніх масштабів садівництва та низької ефективності цієї галузі.

Ефективність галузі плодівництва значною мірою залежить від того, наскільки акуратно, швидко та безпечно зібрана продукція буде доставлена до місць зберігання чи реалізації – цей етап доведення продукції до споживача є досить відповідальним і складним, оскільки він об'єднує дуже різних суб'єктів взаємовідносин у єдиному ланцюгу досить динамічного системного процесу [241].

При цьому виникнення певних ризиків в одній із ланок цього ланцюга адекватно передається всім наступним. Оцінюючи ці ризики на всіх фазах зазначеного етапу процесу доставки плодів від виробника до споживача, можна дійти висновку, що найбільшої уваги в цьому аспекті вимагає дослідження фази безпосереднього транспортування продукції, основним завданням якого об'єктивно повинно бути перевезення продуктів з максимальним збереженням якості, вчасно і, за можливості, без втрат, бо в іншому разі різко знижується рівень товарності продукції внаслідок зменшення відсотка її продажу [242, 243].

В Україні більша частина свіжої продукції транспортується автомобільним транспортом, а річковий, морський, залізничний і повітряний залучаються до цього процесу значно менше. Об'єктивно перевагою автомобільного транспорту є вищий рівень його мобільності,

²⁴¹ *Самойленко О.* Зберігання яблук: як наситити ринок вітчизняними плодами в зимово-весняний період. *Пропозиція*. 2012. № 8. С. 54–56.

²⁴² *Каделя Л.* На експорт до Китаю. *Садівництво по-українськи*. 2016. № 6. С. 26–28.

²⁴³ *Каделя Л.* Яблуня у Південному Тиролі. *Садівництво по-українськи*. 2016. № 6. С. 34–36.

маневреності в просторі й часі, що дає змогу здійснювати доставку продукції «від дверей до дверей». Частка виробників плодів, що мають власний транспорт для перевезення своєї продукції, у нас становить близько 20 %, але більша частина цих транспортних засобів не обладнана холодильними установками [244].

Використання ж найманого транспорту має свої недоліки: якість транспортування продукції за такого варіанта значною мірою залежить від сумлінності й відповідальності водія, який у процесі перевезення має всі практично неконтрольовані можливості з метою економії пального вимикати холодильний агрегат або не контролювати температурний режим, що в кінцевому підсумку знижує якість фруктів, які транспортуються. До того ж більшість так званих перевізників фруктів використовують рефрижератори, куплені у країнах Європи, тобто такі, що своє відслужили, оскільки там після 10 років експлуатації їх списують. Тому в Україні середній вік автомобілів, що використовуються становить 18 років, і вони вже давно відпрацювали свій ресурс [245].

Виходячи із ситуації, виробникам плодів під час наймання транспорту для перевезення продукції в охолоджених умовах пониженої температури потрібно обов'язково вимагати від власників чи перевізників сертифікат FRC1 (FRC – міжнародний сертифікат відповідності, видається на рефрижератори з посиленою тепло

В Україні немає організацій, що мають право видавати первинний сертифікат.

Можливим є тільки подовження сертифікатів, виданих у Європі, за умови відповідності рефрижератора необхідним вимогам), а також, щоб термін експлуатації транспортного засобу не перевищував 10 років, – це збільшить гарантії щодо збереження якості та товарності продукції під час її транспортування, особливо на значні відстані.

Не менш важливою для збереження якості плодів під час їх транспортування є тара, у якій здійснюється їх перевезення. Від правильного вибору виду тари залежать ефективність навантажувально-розвантажувальних робіт та обсяг втрат якості продукції. Значно покращує зв'язки виробників із великими торговими мережами спосіб перевезення у піддонах – на сьогодні це вже стає вимогою з боку супермаркетів.

Не менш важливим етапом у транспортуванні є також фаза підготовки до цього процесу. Необхідність її здійснення для виробника залежить від умов договору щодо поставки продукції – якщо право власності на продукцію переходить до покупця одразу після її навантаження у транспортний засіб, виробник не має жодних стимулів до проведення

²⁴⁴ Стрелюк І. Логістична мудрість. *Плантатор*. 2012. № 6. С. 9–14.

²⁴⁵ Каделя Л. Яблука з Баштанки. *The Ukrainian Farmer*. 2012. № 10. С. 54–56.

підготовчих операцій, які, звичайно, сприяють кращому перевезенню плодів під час транспортування за рахунок зменшення їх втрат.

У кінцевому підсумку, за результатами оцінки всіх основних ризиків та ключових чинників успіху, що впливають на вибір стратегії плодоовочевої галузі, серед усіх ланок єдиного процесу доведення вирощених плодів від виробника до споживача і створення при цьому доданої вартості, транспортування є тією ланкою, на яку може здійснювати вплив сам виробник, якщо він зацікавлений у зростанні прибутковості свого бізнесу за рахунок підвищення якості кінцевої продукції [246]. Правильний вибір технології вирощування саджанців є запорукою формування бажаного за якістю урожаю дорослих дерев.

Це у свою чергу сприяє кращій його реалізації: «важливо не те, що виросло в саду, а те, що і за якою ціною вдалося продати» [245].

Загальною рисою закладення яблуневих і грушевих садів в Україні є використання при цьому карликових клонованих підщеп. Ефективність такої технології висока, оскільки карликові сади починають плодоносити вже на 2–3-й рік після закладання, даючи вже по 30–50 т/га врожаю. Тому такі сади загалом є набагато вигідніші, ніж сади сильнорослі на насінневих підщепах. Однак недоліком «карликової» технології є необхідність зміцнення стійкості саду через низьку якірну здатність карликових насаджень, використовуючи при цьому досить високовартісні шпалери та індивідуальні опори для дерев з тим, щоб забезпечити можливість необхідного періодичного зрошення та удобрення ґрунту під ними. Економічна ефективність садів такого типу знижується пропорційно до підвищення ціни шпалер, яка разом із встановленням уже доходить до 10–20 тис. грн/га. Оптимальним виходом із ситуації є поєднання переваг сильнорослих та карликових насаджень та елімінування їх недоліків за допомогою використання для закладення саду саджанців із вставкою – інтеркалярієм [247], коли на сіянець спочатку прищеплюють вставку карликової клонової підщепи або слаборослого сорту і вже потім – необхідний сорт, що дозволяє ослабити силу росту дерева, одночасно прискоривши його вступ у плодоношення, що є умовою для закладання суперінтенсивних садів з коротким циклом експлуатації.

Аналогічну технологію можна застосовувати і в садах кісточкових порід. У разі застосування такої технології ефективність садівництва підвищується і за рахунок того, що вона дає змогу обходитись без розмноження підщеп дорогими живцями. і вирощувати саджанці на сіянцях із вставкою слаборослих сортів і підщеп.

Оскільки зимові сорти яблук потрібно закладати на зберігання відповідно до їх сорту, це краще робити великими партіями, з тим щоб

²⁴⁶ Бураков І. Смак як пріоритет. *Плантатор*. 2012. № 6. С. 15–17.

²⁴⁷ Бураков В. О. Трикомпонентні саджанці. *The Ukrainian Farmer*. 2012. № 4. С. 66–68.

можна було в зимовий період сформувати і крупні оптові партії плодів для реалізації, що, відповідно, потребує й відповідних площ під тими чи іншим сортами, але дасть змогу значно підвищити ефективність галузі. При цьому терміни досягання для власне зимових сортів мають менше значення, ніж для сортів літніх – плоди зимових сортів все одно реалізуються в основному з холодильників. Літні ж сорти доцільно підбирати таким чином, щоб їх можна було збирати і продавати в міру їх досягання. Крім того, «зменшення кількості сортів спрощує і дотримання технології, бо ж для кожного сорту потрібно знати окремі її нюанси» [245]. В обох випадках наявність достатньої кількості плодів одного сорту є економічно вигідною, оскільки дозволяє формувати привабливі для посередників оптові партії.

З метою підвищення рівня економічної зацікавленості працівників саду у результатах своєї праці доцільно на постійно закріплювати окремі ділянки саду за групами працівників, які б забезпечували на цих ділянках виконання комплексу робіт від закладення та щорічної обрізки насаджень до збирання урожаю. Причому урожай плодів для безпосереднього споживання як найбільш економічно вигідну його частину виправдано здійснювати вручну, так, як це роблять у розвинутих країнах, використовуючи досить примітивне, на перший погляд, обладнання європейського типу: контейнери для яблук на низьких візках, що рухаються, причеплені до трактора, у які працівники висипають яблука із спеціальних плодових сумок із зсипними рукавами.

Інтенсивні сади вимагають, щоб трактор був вужчий від звичайного, що поки що в Україні є досить серйозною проблемою внаслідок дефіциту спеціальної техніки.

Аналогічно вручну, не дивлячись на масштаби саду, доцільно здійснювати обрізку насаджень та проріджування зав'язі з метою формування бажаних розмірів плодів та їх густоти на деревах – «перевантаження дерева плодами спричинює періодичність у плодоношенні» [245]. Звичайно, можна обійтись і без проріджування, але тоді урожай буде складатись із дрібних плодів, а різниця у ціні реалізації буде близько 7 разів. До того ж дрібні яблука використовуються здебільшого на переробку на сік, а не на безпосереднє споживання у свіжому вигляді.

При цьому за відносно дуже крупних масштабів садівництва економічно ефективним є використання хімічних чи біологічних проріджувачів урожаю, але в Україні вони практично відсутні (принаймні – не зареєстровані). Економічного обґрунтування потребують і заходи щодо хімічного захисту насаджень від шкідників – щоб уникнути надмірного поширення отруйних речовин у навколишньому середовищі під час проведення відповідних заходів, а також максимально знизити витрати на вирощування урожаю завдяки

економії коштів та матеріалів, хімічні обробки насаджень доцільно проводити лише в разі виникнення безпосередньої відчутної загрози настання втрат урожаю чи хоча б погіршення якості плодів та з метою попередження масового розмноження шкідників. В останньому випадку необхідно визначити «критичний рівень чисельності популяції або економічний поріг шкідливості – таку чисельність того чи іншого шкідника, за якої можливі збитки, що перевищують витрати на проведення заходів захисту» [248]. Тобто можна говорити про те, що економічна доцільність здійснення боротьби зі шкідниками в саду визначається рівнем її окупності вартістю збереженого внаслідок неї урожаю плодів.

Рівень ефективності садівництва значною мірою залежить від якості зібраного врожаю. І тим прикрішими можуть бути наслідки несподіваного градобію, що останнім часом не є рідкістю навіть в умовах західних областей України. За кілька хвилин град може звести нанівець величезні зусилля і роботу цілого року. При цьому рівень пошкодження плодів градом залежить від багатьох чинників: крупні градини за незначної їх кількості завдають менших втрат, ніж менші градини у великій кількості внаслідок більшої щільності останніх, що спричинює вищу частоту ударів по плодах і може завдати 100 %-ї шкоди врожаю. Здебільшого, навіть за повного пошкодження плодів градом урожай вдається зберегти. Але він стає некондиційним і не може конкурувати з продукцією інших господарств: все вирощене доведеться відправити на переробку [249]. А це, звичайно, знижує рівень ефективності галузі та рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку.

До найбільш ефективних засобів захисту саду від граду та запобігання втратам від цього природного явища, що мають пасивний характер, можна віднести такий, як підбір спеціальної території для розміщення саду, що можна зробити, скориставшись результатами спостереження найближчого метеопосту за останні 5 років. Такий метод є практично безкоштовний, однак незручний у користуванні – зазвичай проблемою є зміна території з менш привабливої в сенсі плодівництва на більш привабливу. Активним і економічно та технологічно ефективним засобом протистояння граду, що має виражений активний характер, є використання градобійної артилерії та ракетниць. Дрібні кристали йодистого срібла, що містяться в артилерійських зарядах, розпилені у загрозливих хмарах, кристалізують навколо себе лід, утворюючи дуже дрібні градинки, які по дорозі до землі тануть і долітають уже у вигляді звичайного дощу.

Незважаючи на високу ефективність цього способу, подібна практика в Україні на сьогодні фактично повністю згорнута внаслідок

²⁴⁸ Власова О. Прийоми боротьби. *The Ukrainian Farmer*. 2012. № 3. С. 72–73.

²⁴⁹ Потанин Д. Сад під дахом. *The Ukrainian Farmer*. 2012. № 4. С. 73–74.

відсутності належного фінансування з боку держави, а для окремого підприємства такий спосіб є розкішшю, оскільки його застосування передбачає наявність відповідної артилерійської гармати, снарядів та радіолокаційної станції, яка працює на виявлення хмар у стратосфері під час їх утворення.

Більш примітивним і затратним, але водночас більш простим і надійним способом активного характеру є застосування протиградової сітки. Такий спосіб може собі дозволити і одне окреме господарство, при цьому воно залишається самостійним та незалежним у прийнятті рішень щодо боротьби з градом. Додатковим плюсом у застосуванні цього способу є також запобігання нищенню садів птахами. Це особливо стосується черешневих садів, а також садів яблуні, груші та на півдні – персика у посушливий літній період. Значного поширення такий спосіб набув у країнах Європи, особливо в Австрії, де до 80 % садів уже накривають протиградовою сіткою [249]. Застосування такого способу боротьби з наслідками граду супроводжується в країнах Європи тим, що страхові компанії вже не страхують сад від цього лиха, оскільки пошкодження саду градом вже вважається елементарним порушенням технології вирощування плодових дерев. Така ситуація дещо компенсується зростанням рівня привабливості садів для інвесторів, оскільки рівень гарантованості отримання якісного врожаю є явно вищим у разі застосування протиградової сітки. Крім того, застосування сітки дає змогу певною мірою покращувати під нею мікроклімат, оскільки воно захищає насадження й від сонячних опіків, позаяк разом із нею можна використати і певний накривний матеріал, який до того ж непогано захищає сад від перепадів температури, незначних приморозків та несприятливого вітру.

Якщо сад буде забезпечений градобійною сіткою, італійськими опорами, системами натягування, дротом, саджанцями при їх кількості на 1 га 3500–4000 шт., то затрати на 1 га становитимуть в межах 35–40 тисяч євро. Вартість щорічного догляду – приблизно 5–6 тис. євро. Тобто при реалізації яблук за ціною 40 євроцентів за кілограм сад окупить себе і почне приносити прибуток, починаючи з п'ятого року. Надалі при врожайності, наприклад, 70 т/га можна отримувати 22–23 тис. євро прибутку [250].

Накриття насаджень поверх сітки плівкою запобігає погіршенню якості урожаю черешні, сливи, аличі тощо в період їх збирання у разі дощової погоди. А сітка, виготовлена з оптичних волокон, ефективно відлякує від насаджень шкідливих комах – ос, білокрилок, трипсів, мінуючих та плодових мушок, що відчутно позитивно позначається на собівартості продукції внаслідок зменшення до мінімуму потреби у засобах захисту плодових насаджень.

²⁵⁰ Тимофєєв І. Високотехнологічне садівництво. *Агроном*. 2016. № 1 (51). С. 56–59.

На сьогодні на території України багаторічним насадженням значної шкоди завдають понад 300 видів шкідливих комах, кліщів, гризунів і близько 100 збудників грибних, бактеріальних і вірусних хвороб. Необхідно враховувати те, що сад є особливим угрупованням рослин та шкідливих організмів, де виробництво продукції на одній і тій же площі триває не один десяток років, що потребує особливого підходу як до технології вирощування плодової продукції, так і стратегії захисту цих насаджень від шкідливих об'єктів. Важлива роль в захисті багаторічних насаджень від шкідників, хвороб і бур'янів належить хімічному методу, який є частиною інтегрованого захисту рослин. В разі відсутності чи несвоєчасного проведення захисних заходів втрати врожаю сягають 25–35 %.

Серед причин низької ефективності хімічних засобів захисту рослин від основних шкідливих видів у промислових насадженнях плодових культур є тривале застосування одних і тих же препаратів, прояв резистентності до деяких груп хімічних сполук, «моральне старіння пестицидів», порушення технології їх застосування. Тому компанії-виробники змушені шукати нові системи і методи захисту промислових насаджень яблуні від шкідників і збудників хвороб з врахуванням біологічних особливостей їх розвитку та механізму дії проти них сучасних інсектицидів, акарицидів і фунгіцидів.

Отже садівництво має величезний потенціал розвитку в Україні, оскільки ми володіємо багатими й унікальними ґрунтами, маємо сприятливі природні умови для вирощування плодових і ягідних культур. Ситуація з технічним та технологічним оснащенням садівництва залишається складною. Оскільки левову частку виробництва здійснюють господарства населення, які не мають стимулів і коштів для модернізації виробництва, загальна забезпеченість галузі системами зрошення, фруктосховищами та обладнанням для сортування і пакування цього виду продукції характеризується застарілістю та недостатністю. Надзвичайно слабким є рівень розвитку післязбиральної доробки та передпродажної підготовки плодів.

Таким чином, реальними шляхами підвищення ефективності садівництва на сьогодні в Україні є підвищення впливу виробника на транспортну ланку, удосконалення технології формування саджанців, інтенсифікація процесу вирощування дерев та плодів, підвищення рівня економічної зацікавленості працівників саду у результатах своєї праці, оптимізація підбору сортів та розмірів площ під ними, економічне обґрунтування необхідності здійснення заходів щодо хімічного захисту насаджень від шкідників, підвищення ефективності боротьби з градом.

4.9. Ризики в суспільстві (соціально-філософський аспект)

*Шейко С. В., канд. філос. наук, доцент,
Колодій О. С., канд. пед. наук,
Кальян С. Є., д-р політ. наук, професор
Полтавська державна аграрна академія*

Ризики завжди характеризують життя людини та суспільства, вони становлять об'єктивну реальність, відповідають усім сферам практичної діяльності. На початку ХХІ ст. різноманіття та інтенсивність ризиків нарастають швидкими темпами. Ризик стає невід'ємною характеристикою нинішньої соціальної практики. Осмислення суті поняття «ризик» досліджувалося протягом історії людства, зокрема у працях Платона, Аристотеля, Т. Гоббса, Г. Гегеля. Німецький філософ Г. Гегель розглядає ризик як діалектичне розгортання всієї сукупності моментів дійсності в процесі пізнання, доводить необхідний його характер. У сучасних дослідженнях важливе місце займає поняття «соціального ризику» як невід'ємної частини суспільного розвитку, що потребує глибокого соціально-філософського аналізу.

На початку ХХІ ст. різноманіття та інтенсивність ризиків нарастають досить швидкими темпами. Вчені всього світу стали доводити необхідність ризику як невід'ємної риси сучасного суспільства, здатного привести до руйнівних наслідків і врешті – загибелі. Сьогодні суспільство породжує різноманітні види ризиків, що сприяють його нестабільності та призводять до саморуйнування. Ризик стає невід'ємною характеристикою нинішньої соціальної практики. Сучасне суспільство імпліцитно включає в собі можливість ризику, є носієм постійного існуючого з високою мірою ризику.

Ризики постійно супроводжують життя людини та суспільства, вони становлять об'єктивну даність, відповідають усім сферам практичної діяльності людини. Актуальність їх глибокого аналізу пов'язана із сучасною глобальною проблематикою. У теперішньому світі відбувається наростання хаосу, невизначеності, загострення кризових явищ в економіці, політичному, соціальному та духовному житті суспільства, викликаних гострою конкуренцією, обмеженням і невідтворюваністю природних ресурсів, масовим запровадженням високоризикових інновацій, нерівномірністю розвитку та відсутністю стабілізаційних основ соціуму.

До соціальних ризиків можна віднести такі явища та процеси соціальної сфери суспільства, що несуть у собі небезпеку соціальної дестабілізації, є досить складними за своєю структурою із можливими соціетальними наслідками, що ускладнюють об'єктивне прогнозування сталого розвитку. Соціальні ризики визначають відповідний рівень

соціально-економічної напруги як на локальному рівні, так і на рівні всього світового співтовариства. Суспільний ризик становить певну небезпеку, що виникає в межах соціальної сфери суспільства, та має деструктивні наслідки, що позначаються на життєдіяльності окремих індивідів, соціальних груп і суспільства в цілому. Суспільний ризик є специфічним способом організації соціальних зав'язків, взаємодій і відносин людей в умовах невизначеності, прояву хаосу. При цьому фізичні та духовні сили людини здобувають не прогнозовано визначений характер, а переважно випадковий, ймовірний, непередбачуваний.

Поняття «ризик» походить від пізньолатинської – обгинати виступ, що не спостерігається. На рівні суспільної практики ризик означає міру можливої, очікуваної поразки внаслідок тієї чи іншої дії, або певної лінії поведінки. Ризик розглядається як різновид діяльності, метою якого є подолання непевної ситуації, невизначеного вибору та можливість досягнення непередбачуваного результату, а в іншому відношенні – можливість поразки й відхилення від поставленої мети. В основі соціального ризику знаходиться різновид діяльності, спрямованої на отримання результатів неординарними засобами в умовах непевності та неминучості вільного вибору. Явище непевності в проявах суспільного ризику доводить необхідність суттєвого аналізу гносеологічних аспектів у його визначенні та існуванні [251].

Поняття «ризик» не є абсолютною новацією в наукових дослідженнях ХХІ ст. Ризики в усіх сферах суспільного життя та пізнання існували протягом всієї історії людства та досліджувалися в працях давньогрецьких філософів, зокрема в праці «Держава» Платона та в праці «Політика» Аристотеля. На стадії первісного суспільства найбільш значущими ризиками, яким піддавалися люди, були природні ризики, а також хвороби та висока смертність. У період рабовласницького ладу набули вагомого значення економічні та військові ризики. В епоху Середньовіччя виникає новий тип ризику – духовний. У кінці ХVІІІ–початку ХІХ ст. відбувається процес формування ринкових економічних відносин, становлення та розвиток техногенного ризику, пов'язаного з науково-технічним прогресом, що забезпечувався механізацією виробничих процесів, численними науковими відкриттями на експериментальному та теоретичному рівнях природознавства. Протягом всього ХІХ ст. здійснюється накопичення соціальних та національних ризиків. В середині ХХ ст. відбувається перехід до нового рівня у суспільному розвитку – появи постіндустріального та інформаційного суспільств, котрі вбирають у себе попередні види ризиків і генерують безліч нових. До їх числа можна віднести такі, як тероризм, інформаційний ризик, котрі мають

²⁵¹ Горбатенко В. П. Політологічний енциклопедичний словник. Київ : Генеза, 2004. 736 с.

глобальний характер.

Філософське осмислення категорії «ризик» знаходить своє відображення в працях мислителів XVII–XIX ст., зокрема у творчості Т. Гоббса, Б. Паскаля, І. Канта та Г. Гегеля. Так, англійський філософ Т. Гоббс аналізує стан тогочасного суспільства «абсолютного ризику» та пропонує «суспільний договір» як певний засіб «мінімізації ризику». Математичні теорії французького філософа Б. Паскаля приводять до усвідомлення того, що людина може приймати рішення в ситуації з невизначеним результатом і передбачати майбутнє за допомогою математичного обчислення, що відповідає відповідному рівню розвитку формально математичних методів XVII ст. В своїх міркуваннях німецький соціолог XX ст. О. Ренн у праці «Залучення зацікавлених сторін до управління ризиками» характеризує категорію «ризик як поділ реальної дійсності і можливості» [252].

Діалектичне визначення проблеми ризику знаходимо у філософській творчості класика німецького ідеалізму першої половини XIX ст. Г. Гегеля. Із самого початку потрібно зауважити, що пояснення категорії «ризик» як поділу реальної дійсності та можливості в сучасних дослідженнях має по суті розрізнений метафізичний характер. Звернення до класичної німецької філософії розкриває глибоку діалектику сутності взаємин можливості та дійсності як гносеологічної основи визначення категорії «ризик». У найвідомішій філософській праці «Наука логіки» Г. Гегель розкриває сутність діалектичного пізнання як розгортання всієї сукупності моментів дійсності.

Німецький філософ виступає з абсолютно нечуваними до того часу положеннями, що випадкове необхідно, а сама необхідність визначає себе як випадковість. Випадкове має певний ґрунт, бо воно випадкове, але точно так само і не має підстави, бо воно випадкове, визначена випадковість, скоріше всього, є абсолютна необхідність. Розгортання дійсності за Г. Гегелем відбувається в складних діалектичних процесах взаємин можливості та дійсності. «Царство можливості, є безмежне різноманіття, але різноманітне є протиріччя», – стверджує німецький філософ. Згідно автора «Науки логіки» єдність можливості та дійсності є випадковість, а випадкове це щось дійсне, визначене в той же час лише як можливе. «Реальна дійсність – це перш за все річ із багатьма властивостями, існуючий світ; вона зберігається в різноманітті простого існування» [253, с. 193–194].

Г. Гегель, опираючись на духовно-практичні принципи, доводить, що в процесі діяльності змінюється дійсність, «щось виявляє [себе] через те, що воно виробляє». Перехід від реальної можливості до дійсності це рух, процес, що має моменти постійної зміни можливості,

²⁵² Ortwin R. Stakeholder Involvement in Risk Governance. London : Ark Publications, 2014. 79 p.

²⁵³ Вильгельм Г., Гегель Ф. Наука логики ; в 3-х т. Москва : Мысль, 1971. Т. 2. 248 с.

кожен із них виникає з іншого, в цьому запереченні є не тільки перехід, а злиття з самим собою – конкретний діалектичний синтез. Цей рух формує певні реальні можливості, наявні моменти таким чином, що «кожен із них виникає з іншого, ось чому воно в цьому запереченні і є не перехід, а злиття із самим собою» [252, с. 195]. Реально дійсне має свою визначеність як безпосереднє буття, воно є різноманіття існуючих обставин. Єдність необхідності і випадковості Гегель називає абсолютною дійсністю, всією сукупністю її моментів, в той же час необхідність відносна, оскільки свій вихідний пункт існування вона має лише у випадковому.

Чи можливо що-небудь, або неможливо, залежить повною мірою від різноманіття змісту, тобто від всієї сукупності моментів дійсності, що в своєму розгортанні виявляється як необхідність. Таким чином, діалектичне розгортання всієї сукупності моментів дійсності в процесі пізнання доводить необхідний момент переходу конкретної можливості в дійсність і навпаки, що свідчить про об'єктивний характер існування категорії «ризик», як відображення складного необхідного процесу взаємовідношення можливості і дійсності. Ризик є об'єктивною категорією сучасного наукового пошуку, оскільки вносить моменти невизначеності в практичну діяльність людини, завжди присутній у навколишній реальності, а за формою поняття «ризик» є суб'єктивним як понятійно-ідеальне відображення об'єктивного процесу розвитку.

Подальший розвиток категорії «ризик» ґрунтується на принципах синтетичної та аналітичної діяльності, що характеризує різноманіття об'єктивних сфер його існування. Поняття «суспільного ризику» першим запропонував німецький соціолог ХХ ст. У. Бек у праці «Суспільство ризику: на шляху до другого модерну». Предметом дослідження є соціальні зміни, що становлять фактори ризику в суспільстві в епоху пізнього модерну. У Бек виділяє дві основні концепції: «суспільство ризику» та «рефлексивної модернізації». В першій теорії німецький соціолог доводить, що в процесі розвитку сучасне індустріальне суспільство, якому властивий розподіл матеріальних благ, поступово витісняється «суспільством ризику», характерною ознакою якого є виробництво та споживання ризиків. На думку У. Бека, «суспільство ризику» розпочинає формуватися тоді, коли ризики, властиві індустріальному суспільству, починають виходити з-під контролю соціальних інститутів, що забезпечують безпеку індустріального суспільства. Лейтмотивом його праці «Суспільство ризику» служить теза про те, що створення нових технологій веде до виробництва нових технологічних ризиків [254].

Проблема ризику безпосередньо пов'язана зі стрімкою індустріалізацією та з непередбаченими негативними наслідками

²⁵⁴ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. Москва : Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.

модернізації. Ризик – це систематична взаємодія суспільства з погрозами і небезпеками, що характеризують сучасний процес модернізації. Ризики є наслідком загрозливої сили модернізації і породжуваних її почуттів непевності та страху. Німецький соціолог доводив, що соціальні ризики являють собою не одноразові акти, а процеси котрі мають відповідні фази поширення і споживання ризику. Фаза споживання ризику – приводить до його накопичення та зростання. Концентрація ризику веде до «ефекту бумеранга», тобто народжується зворотний зв'язок, і споживання ризику стає одночасно його початком і виробництвом. Соціальні ризики характеризуються не можливістю їх формалізації та контролю. Ризики осмислюються людьми на основі відповідних знань. У. Бек поділяє все суспільство на експертів ризику та не експертів. До експертів ризику належать певні посередники між науковими знаннями і громадськістю, наприклад, Засоби масової інформації, освітні та наукові інституції, що впливають на готовність населення сприймати відповідні явища та процеси в якості ризику [254].

Вивчення соціального ризику складає предмет дослідження в працях сучасного німецького соціолога Н. Лумана. У своїй праці «Поняття ризику» Н. Луман досліджує онтологічні підстави ризику. На його думку, поняття «ризик» ставить під питання можливість раціональних форм діяльності людини. Німецький соціолог доводить, що ризик є основною рисою соціальної реальності, в якій існує вільний вибір людської діяльності – вибір із безлічі альтернатив, що складає невизначений характер майбутнього. Таким чином, Н. Луман стверджує, що немає поведінки вільної від ризику. При визначенні поняття «ризик» дослідник повинен оперувати не реальним об'єктом, а протилежними розрізненнями. Для визначення ризику Н. Луман використовує дві протилежності: «ризик і надійність» та «ризик і небезпека». У цих протилежних розрізненнях поняття «ризик» означає занадто складний комплекс обставин, з якими зазвичай доводиться мати справу, щонайменше, в сучасному суспільстві. Відмінність «ризик – надійність» розкриває проблему кількісного вимірювання, а протилежність «ризик – небезпека» підкреслює, що вирішення стосовно об'єктивності ризику має постійне значення. Німецький соціолог стверджує, вільної від ризику поведінки не існує, для зазначених протилежностей «ризик і надійність» та «ризик і небезпека» не існує абсолютного значення [255].

Сучасний англійський соціолог Е. Гідденс вважає, що вторгнення абстрактних систем, таких як інформація, грошові системи, розподіл праці, комунальні послуги, тощо, разом із динамічною природою знання означає, що свідомість ризику проникає в діяльність практично кожної людини. Весь світ майбутніх подій відкритий для перетворення людьми

²⁵⁵ Luhmann N. Die Wissenschaft der Gesellschaft. Verlag : Suhrkamp Auflage, 1990. 732 p.

в тих межах, які встановлюються в результаті оцінки ризику. «Колонізація майбутнього» створює нові форми ризику, найчастіше інституційно-організовані, впливу яких піддається кожна людина. Для таких форм ризику властиво рефлексивне відстеження. Е. Гідденс виділяє «адаптивні реакції суб'єктів» щодо усвідомлення ризику. До них англійський соціолог відносить: прагматичне прийняття ризику, що означає концентрацію на щоденних проблемах для виживання, постійне подолання перешкод, витриманий оптимізм, не зважаючи на будь які небезпеки, наявні в сьогоденні, цинічний песимізм, що передбачає пряму причетність до неприємностей, які викликані небезпеками зі значними наслідками, «радикальне зобов'язанням» – це практична боротьба з існуючими джерелами небезпеки. Е. Гідденс розглядає поняття «ризик» у тісному взаємозв'язку з поняттям «довіра». Він вважає, що соціальна дія, яка завжди ризикована, виникає в результаті прийняття рішення, що стосується певної довіри до соціальної системи. Довіра – це необхідна умова для зниження або ж мінімізації ризику. Таким чином, відсутність довіри може призвести до деструктивних наслідків для соціальної системи [256].

Українське суспільство також має постійні ризики. Відсутність верховенства права в Україні в деякого створює враження, що причиною «безпорядку», певного хаосу в державі є демократична форма правління. Але розвинута демократія передбачає, як стверджував сучасний англійський філософ К. Поппер в праці «Відкрите суспільство та його вороги», суворе дотримання законів, норм права. Україна за останні роки своєї незалежності балансує між демократією й авторитаризмом. Політичний режим, що існує в українській державі, визначають як перехідний, трансформаційний, гібридний. Доки перехід як соціально-економічний процес не завершився, ніхто не зможе точно передбачити, є він переходом до демократії чи до нової форми авторитаризму. Це негативно позначається на консолідації українського суспільства.

Сучасні соціологічні дослідження показують, що зростає кількість людей, які віддають перевагу сильній владі, авторитарному керівництву. Декому здається, що реставрація недемократичних політичних форм правління, дасть змогу навести в суспільстві лад, певну стабільність. Однак, перехід від гібридного політичного режиму до недемократичного не зменшить кількості небезпек, ризикованих ситуацій. На перший погляд здається, що недемократична система більш стабільна та передбачувана, ніж відкрита, демократична. У закритій політичній системі соціальна структура формується за відповідним планом, цілеспрямовано, за відсутністю легітимної боротьби за владу. В ній панує моноцентризм, замовчують та придушують соціально-політичні конфлікти, формується єдина ідентичність, почуття колективізму,

²⁵⁶ Giddens A., *World R. How Globalisation is Reshaping our Lives*. London : 2004. 124 p.

здійснюється контроль за громадянами держави через суспільні громадські організації. Обмежуючи свободу слова, мітингів, демонстрацій, громадських об'єднань, маніпулюючи свідомістю мас, формуються певні стереотипи, соціальні міфи, створюються умови для формування однорідного суспільства, тим самим політична влада обмежує кількість викликів внутрішнього соціального середовища. «Залізна завіса» зменшує відповідну кількість зовнішніх викликів та ризиків. У недемократичному суспільстві соціально-політична стабільність зберігається значною мірою завдяки «закритості». Проте, конфлікти в закритому суспільстві можуть зруйнувати політичну систему, адже їх придушують, а не розв'язують.

Соціальна нерівність як відповідний ризик в Україні заслуговує на особливу увагу. В державі соціальна нерівність в умовах фінансово-економічної кризи та політичної нестабільності посилилася. Впливи соціальної нерівності на розвиток українського суспільства можуть бути двоякими. З одного боку, нерівність у доходах, різний рівень життя є стимулом для економічного розвитку. Ті громадяни, які знаходяться в гіршому становищі, намагаються його покращити, докладають відповідних зусиль, щоб домогтися вищого суспільного статусу. З другого боку, менш успішні соціальні групи можуть обирати для поліпшення свого становища незаконні, нелегітимні засоби. Це призводить до зростання злочинності, корупції, соціального безладу.

Неконтрольоване зростання нерівності посилює владні позиції небагатьох олігархів і перешкоджає активній участі в політиці переважній більшості, тобто суперечить демократії та сприяє розвитку авторитарних тенденцій. При цьому відбувається поляризація суспільства: на одному полюсі концентруються апатія й пасивність, а на другому – намагання монополізувати й закрити для громадян сферу прийняття політичних рішень. Соціальна нерівність в українському суспільстві маргіналізує, виштовхує на узбіччя знедолені верстви, підштовхуючи їх до втечі від політики та нелегітимних форм протесту. Вони стають соціальною базою політичного екстремізму, оскільки не мають можливості захищати свої інтереси в публічній сфері. Соціальна нерівність культивує серед громадян України таку суспільну атмосферу, що сприяє руйнуванню підвалин соціальної справедливості та загального блага, моральних засад суспільної єдності.

Отже, інтеграційні процеси, що супроводжують сучасну глобалізацію, з одного боку, зменшують кількість ризиків, передусім тих, які породжені відсутністю політичного діалогу держав та нездатністю їх знайти спільні міждержавні інтереси. Однак, з іншого боку, інтеграція призводить до збільшення кількості ризиків, пов'язаних із ослабленням державного суверенітету. Специфіка сучасного суспільства полягає в тому, що соціальна реальність змінюється із надзвичайною швидкістю,

змушуючи усіх членів суспільства та суспільство в цілому функціонувати в таких ситуаціях. В цьому випадку невизначеність виступає конструктивною основою, тобто необхідним середовищем появи ризику, тому зростання невизначеності може спричинити за собою ще більший ризик. «Ризик» є об'єктивною категорією сучасного наукового пошуку, оскільки вносить невизначеність у наші дії, присутній у навколишній реальності, тоді як зміст «ризикованої поведінки» є суб'єктивним, ідеальним відображенням наукового процесу пізнання.