

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

26-27 квітня 2017 рік

Том I

Полтава

Редакційна колегія:

Аранчій В. І. – к.е.н, професор, ректор академії;

Писаренко П. В. – д. с.-г. н., професор, перший проректор;

Горб О. О. – к. с.-г. н., доцент, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи

Галич О. А. – к. е. н., доцент, декан факультету економіки та менеджменту;

Дорогань-Писаренко Л. О. – к. е. н., доцент, декан факультету обліку та фінансів;

Воронько-Невіднича Т. В. – к. е. н., доцент, заступник декана факультету економіки та менеджменту;

Зоря О. П. – к. е. н., доцент, заступник декана факультету обліку та фінансів з наукової роботи;

Невідничий О. С. – начальник редакційно-видавничого відділу;

Костенко А. А. – голова студентського наукового товариства, здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр» спеціальності «Ветеринарна медицина» факультету ветеринарної медицини.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 26-27 квітня 2017 р. Том І. – Полтава: РВВ ПДАА, 2017. – 454 с.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

<i>Альшател Л. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Вакуленко Ю. В.</i> , кандидат сільськогосподарських наук, доцент ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР У ПІДПРИЄМСТВІ	26
<i>Андрійченко О. Р.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» Науковий керівник – <i>Дорофєєв О. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ.....	29
<i>Асгарова А.С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст», спеціальність «Економіка підприємства» Науковий керівник – <i>Олійник Є.О.</i> , кандидат економічних наук, старший викладач ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.....	32
<i>Баклицька М.Р.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Костоглод К.Д.</i> , доцент МОДЕЛЮВАННЯ ЧИННИКІВ ВИРОБНИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЕВОЛЮЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН	34
<i>Бархатов І. О.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Помаз О. М.</i> , кандидат економічних наук, доцент КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА.....	38
<i>Беззубко Н. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» Науковий керівник – <i>Воронько-Невіднича Т. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	39
<i>Бибик Є.Ю.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» Науковий керівник – <i>Шульга Л.В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	41
<i>Біда Л. М.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Писаренко В. П.</i> , доктор наук з державного управління, доцент ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	44
<i>Біда Л. М.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Писаренко В. П.</i> , доктор наук з державного управління, доцент СТРУКТУРА ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	46

Біда Л. М. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Писаренко В. П. , доктор наук з державного управління, доцент	
СУЧАСНА КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА.....	48
Біленко Д. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Снітко О. П. , кандидат технічних наук, доцент	
ЧИННИКИ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	50
Ботько С. О. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х.З. , доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва і права	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ	52
Бражчик А. С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Помаз О. М. , кандидат економічних наук, доцент	
РОЛЬ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА.....	55
Булах О. А. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Осташова В. О. , кандидат юридичних наук, доцент	
СТАН СКЛАДАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-РОЗПОРЯДЧИХ ДОКУМЕНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	57
Бурій Є.І. , здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Маркіна І.А. , доктор економічних наук, професор	
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА.....	59
Василенко М. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т. В. , кандидат економічних наук, доцент	
НОВІТНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	61
Вовковінський Ю. В. , здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Маркіна І.А. , доктор економічних наук, професор	
ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	63
Гасанов Р.І. , здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультет економіки та менеджменту Науковий керівник – Самойлик Ю.В. , кандидат економічних наук, доцент	
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, СКЛАДОВІ	65

<i>Григоренко А. О.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Світлична А. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	67
<i>Грицай О. І.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дем'яненко Н. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ОСНОВНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	70
<i>Грінченко Я.М.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультет економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Самойлик Ю.В.</i> , кандидат економічних наук, доцент СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМСТВІ.....	72
<i>Гроза К.С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дядик Т.В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ.....	74
<i>Дацун В. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Осташова В. О.</i> , кандидат юридичних наук, доцент ЗНАЧЕННЯ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	75
<i>Джос Д. С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Світлична А. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та права ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	77
<i>Дуболазов Л. О.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дем'яненко Н. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ПІДПРИЄМСТВАХ.....	79
<i>Дудченко Д. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i> , доктор наук з державного управління, професор ОСНОВНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	82

<p><i>Дудченко Д. В.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i>, доктор наук з державного управління, професор</p>	84
<p><i>Дудченко Д. В.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i>, доктор наук з державного управління, професор</p>	86
<p><i>Дяченко А.В.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрям підготовки «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Комаріст О.І.</i>, кандидат економічних наук, доцент</p>	88
<p><i>Загнієнко О. О.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дем'яненко Н. В.</i>, кандидат економічних наук, доцент</p>	90
<p><i>Загнієнко О. О.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дем'яненко Н. В.</i>, кандидат економічних наук, доцент</p>	92
<p><i>Зима Т. О.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Кошова Л.М.</i>, асистент кафедри маркетингу</p>	94
<p><i>Іващенко Т.А.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Демиденко Л.М.</i>, кандидат економічних наук, доцент</p>	97
<p><i>Ігнатченко С. М.</i>, здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Маркіна І. А.</i>, доктор економічних наук, професор</p>	98

Льченко А. І. , здобувач вищої освіти (СТН) СВО «Бакалавр» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Сердюк О. І. , кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри публічного управління та адміністрування ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ШКІЛ МЕНЕДЖМЕНТУ	101
Іцкович З. Д. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Вакуленко Ю. В. , кандидат сільськогосподарських наук, доцент УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	103
Йосипенко О.О. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Михайлова О.С. , кандидат економічних наук, доцент СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	105
Калініченко А. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Дивнич О. Д. , кандидат економічних наук, доцент ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	107
Карпова І. Ю. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент (Магістерська програма «Бізнес-адміністрування») факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Протас Н. М. , кандидат сільськогосподарських наук, доцент ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АДАПТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	109
Киценко О.Р. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Костоглод К.Д. , доцент НЕПЕРЕРВНИЙ ДЕТЕРМІНОВАНИЙ ПРОЦЕС ЗМІНИ ВАРТОСТІ АКТИВУ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЙОГО МОДЕЛЮВАННЯ	111
Клюшник І. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Балдіньська Н.О. , старший викладач кафедри ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ «ПАРУС-ПЕРСОНАЛ» В МЕНЕДЖМЕНТІ	114
Коваленко О. А. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Снітко О. П. , кандидат технічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	116
Кононенко А. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Сазонова Т. О. , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	118

Кононенко В.І. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Самойлик Ю.В. , кандидат економічних наук, доцент РОЗВИТОК РИНКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	120
Кононенко І. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Сазонова Т. О. , кандидат економічних наук, доцент СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	122
Кравченко В.Ю. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Шульга Л.В. , кандидат економічних наук, доцент СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА.....	124
Кудря В.В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування») Науковий керівник – Шульженко І. В. , кандидат економічних наук, доцент ПРИРОДА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	126
Кузьменко А. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрям підготовки «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Комаріст О.І. , кандидат економічних наук, доцент ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СЛУЖБИ КОНТРОЛІНГУ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	128
Кургускіна Г. Л. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування») спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Помаз О. М. , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	130
Курінна А.М. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Писаренко В. В. , доктор економічних наук, професор МАРКЕТИНГОВА СИСТЕМА ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	132
Литовка Р. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Помаз О. М. , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ.....	135
Лісний О. С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Михайлова О.С. , кандидат економічних наук, доцент ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	137
Логвіненко С. С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Шульга Л.В. , кандидат економічних наук, доцент ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	139

<p>Лубко К. В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Публічне управління та адміністрування» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор</p>	
<p>ВИМОГИ ЩОДО КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....</p>	141
<p>Людвік А. Д., здобувач вищої освіти 1 курсу спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Протас Н.М., кандидат сільськогосподарських наук, доцент</p>	
<p>ІНСТРУМЕНТАРІЙ БАЗОВОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ ЗАСОБАМИ ТАБЛИЧНОГО ПРОЦЕСОРА MICROSOFT EXCEL</p>	142
<p>Мандалина Н. А., здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрямок підготовки «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Комаріст О.І., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>СИСТЕМА КОНТРОЛІНГУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ</p>	146
<p>Манженко А.О., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Шульга Л.В., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ЗАХОДИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТА СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ В ПІДПРИЄМСТВІ.....</p>	148
<p>Марченко В. В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Світлична А. В., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</p>	150
<p>Мауер Д. Р., здобувач вищої освіти 1 курсу, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Протас Н.М., кандидат сільськогосподарських наук, доцент</p>	
<p>ЗВЕДЕНІ ТАБЛИЦІ MICROSOFT EXCEL ЯК ЗАСІБ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНИХ ДАНИХ.....</p>	152
<p>Михалкова Н. В., здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування») факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Дячков Д. В., кандидат економічних наук</p>	
<p>МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА</p>	155
<p>Мостовий А. О., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Осташова В. О., кандидат юридичних наук, доцент</p>	
<p>ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ПІДПРИЄМСТВА</p>	158

<p>Нагорна Ж. В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Сазонова Т. О., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</p>	160
<p>Неймет П.А., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>РОЗМІР ОТРИМАНИХ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ.....</p>	163
<p>Ніколаєнко О.О., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Науковий керівник – Писаренко С.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент</p>	
<p>РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ</p>	165
<p>Онищенко Р.А., здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Дячков Д. В., кандидат економічних наук</p>	
<p>ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОПЛАТИ ПРАЦІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</p>	167
<p>Орищенко Л.В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Хурдей В.Д., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>МАРКЕТИНГ ЯК ВАГОМИЙ АСПЕКТ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</p>	169
<p>Орловський О.О., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Помаз Ю.В., кандидат історичних наук, доцент</p>	
<p>ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ЗЕРНА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ</p>	171
<p>Пасюра К.В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ</p>	173
<p>Петренко А. І., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х. З., доктор економічних наук, професор</p>	
<p>СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА</p>	175
<p>Петріченко А.О., здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Загребельна І.Л., кандидат економічних наук, старший викладач</p>	
<p>ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</p>	177

<i>Радченко Н. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i> , доктор наук з державного управління, професор	
АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ	179
<i>Редька О. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Калініченко А. В.</i> , доктор сільськогосподарських наук, професор	
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	181
<i>Риженко Н. С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i> , доктор наук з державного управління, професор	
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	184
<i>Рись А.О.</i> , здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Загребельна І.Л.</i> , кандидат економічних наук, старший викладач.....	186
ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧО-ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	186
<i>Саненко В.Г.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Михайлова О.С.</i> , кандидат економічних наук, доцент	
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ В ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»	188
<i>Сарафанніков В.В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Шульженко І. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент	
УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	190
<i>Свириденко С. І.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування») факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дячков Д. В.</i> , кандидат економічних наук	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	193
<i>Сизоненко О. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування» (за видами економічної діяльності) факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Лозинська Т. М.</i> , доктор наук з державного управління, професор	
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	195
<i>Скриль В.Ю.</i> , здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Науковий керівник – <i>Писаренко С.В.</i> , кандидат сільськогосподарських наук, доцент	
МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	196

Скрипник Р. А. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Вакуленко Ю. В. , кандидат сільськогосподарських наук, доцент	
ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	198
Слинько А. О. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Кошова Л.М. , асистент кафедри маркетингу	
СПЕЦИФІКА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	200
Сліпокінь Ю.С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Михайлова О.С. , кандидат економічних наук, доцент	
ОЦІНКА ЯКОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ.....	203
Соломон Ю.В. , здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Науковий керівник – Самойлик Ю.В. , кандидат економічних наук, доцент	
СУТНІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС	205
Степенко Л.І. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Михайлова О.С. , кандидат економічних наук, доцент	
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ	207
Ступка В.О. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х.З. , доктор економічних наук, професор	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	209
Твердохліб Я.С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Коваленко М.В. , кандидат економічних наук, доцент	
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА.....	211
Толстих А.С. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Писаренко В. В. , доктор економічних наук, професор	
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	213
Труфан Я.С. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Костоглод К.Д. , доцент	
ПІДГОТОВКА ВХІДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ ЕТАПІВ МОДЕЛЮВАННЯ.....	215
Тумановська А. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Балдінська Н.О. , старший викладач кафедри	
МОДЕЛІ ТРЕНДУ	218

<p>Тютюнник Л.Ю., здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Писаренко С.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент</p>	
<p>АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР У ПІДПРИЄМСТВІ.....</p>	220
<p>Удовиченко М.С., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ДОХОДИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....</p>	222
<p>Фаражжала А.І., здобувач вищої освіти СВО «Магістр» спеціальність «Публічне управління та адміністрування» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Писаренко В.П., доктор наук з державного управління, доцент</p>	
<p>ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....</p>	225
<p>Харитоненко І. А., здобувач вищої освіти СВО «Магістр» (магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВІ.....</p>	226
<p>Хоменко В.М., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Шульженко І. В., кандидат економічних наук, доцент</p>	
<p>ВПЛИВ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....</p>	228
<p>Шаповаленко А. С., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Публічне управління та адміністрування» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування;</p>	
<p>Шиян Є. О., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Публічне управління та адміністрування» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Сердюк О. І., кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри публічного управління та адміністрування</p>	
<p>ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ У РОЗРОБЛЕННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОЇ ГРОМАДИ.....</p>	231
<p>Якубенко О.П., здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрям підготовки «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Осташова В.О., кандидат юридичних наук, доцент</p>	
<p>ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ.....</p>	233
<p>Ямчук М., здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Балдінська Н.О., старший викладач кафедри</p>	
<p>ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ХОЛЬТА В ПРОГНОЗУВАННІ.....</p>	235

Яремчук М.О. , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрямок підготовки «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Комаріст О.І. , кандидат економічних наук, доцент ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТУ КОНТРОЛІНГУ В СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ	236
Ярмош В.В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Самойлик Ю.В. , кандидат економічних наук, доцент УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ВИТРАТ	238
Ярошенко А.С. , здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Олійник Є.О. , кандидат економічних наук, старший викладач ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР	240
Грига С. М. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т. В. , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОФОРМУВАННЯ	242
Кобченко О. М. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Демиденко Л. М. , кандидат економічних наук, доцент ПОЛІПШЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	244
Комарова Т. І. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т. В. , кандидат економічних наук, доцент СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК	245
Плескач О. В. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х. З. , доктор економічних наук, професор ОСНОВНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	246
Деревянко Є. О. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х. З. , доктор економічних наук, професор ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	248
Сана Т. І. , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Махмудов Х. З. , доктор економічних наук, професор ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ АГРОФОРМУВАННЯ	250

<i>Dobrowolska Karolina</i> , studentka II roku, kierunek Odnawialne źródła energii, Uniwersytet Opolski, Polska Tutor naukowy – <i>Kalinichenko A. V.</i> , professor, dr hab Samodzielna Katedra Inżynierii Procesowej, Uniwersytet Opolski (Polska) Połtawska Państwowa Akademia Rolnicza (Ukraina)	251
<i>Świsłowski Paweł</i> , student 4 roku, kierunek Odnawialne źródła energii, Uniwersytet Opolski, Polska Tutor naukowy – <i>Kalinichenko A. V.</i> , professor, dr hab Samodzielna Katedra Inżynierii Procesowej, Uniwersytet Opolski (Polska) Połtawska Państwowa Akademia Rolnicza (Ukraina)	253

Підсекція кафедри іноземних мов та українознавства

<i>Будаква В. О.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Публічне управління та адміністрування» факультету економіки та менеджменту Консультант з іноземної мови – <i>Тазільцева Я. М.</i> , кандидат філологічних наук, доцент	255
<i>Буталенко Р. Р.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» інженерно-технологічного факультету Науковий керівник – <i>Сизоненко Н. М.</i> , кандидат філологічних наук, доцент	257
<i>Визір В. В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Економіка підприємства» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Сахарова Л. М.</i> , старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства	259
<i>Вотінова О.С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Менеджмент» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Сахарова Л. М.</i> , старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства	261
<i>Костенко А. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» факультету ветеринарної медицини Полтавської державної аграрної академії; <i>Горобець І. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр» медичного факультету №1 ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія» Науковий керівник – <i>Сизоненко Н. М.</i> , кандидат філологічних наук, доцент	263
<i>Костенко А.А.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», 1 курс, спеціальність «Ветеринарна медицина» факультету ветеринарної медицини Консультант з іноземної мови – <i>Ніколаєнко Ю.О.</i> , кандидат педагогічних наук, доцент	264

<p>Костогрив К. П., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Агрономія» факультету агротехнологій та екології Консультант з іноземної мови – Савенкова О.О., старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства</p>	<p>ERTRAGSFÄHIGKEIT DER WEIZENSORTEN DER WINTERZÜCHTUNG DER AGRARAKADEMIE POLTAWA IN DEN KONKURRENZFÄHIGEN MISCHUNGEN.....</p>	<p>267</p>
<p>Логунова М. П., здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Ветеринарна медицина» факультету ветеринарної медицини Консультант з іноземної мови – Сільчук О.В., к. п. н., старший викладач</p>	<p>CESAREAN SECTION IN DOGS.....</p>	<p>269</p>
<p>Людвік А. Д., здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Консультант з іноземної мови – Сільчук О.В., к. п. н., старший викладач</p>	<p>STRATEGIES FOR REVIVING THE JAPANESE ECONOMY</p>	<p>271</p>
<p>Мауер Д. Р., здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «ФБСС» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Сахарова Л. М., старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства</p>	<p>THE INFLUENCE OF THE INTENSITY OF FIRM’S INTANGIBLE ASSETS ON THE VOLATILITY OF THEIR STOCK PRICES.....</p>	<p>273</p>
<p>Падалка Ю.В., здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр», спеціальність «Маркетинг» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Долгополова М.В., викладач кафедри іноземних мов та українознавства</p>	<p>THE LANGUAGE OF ADVERTISING: ANALYSIS OF ENGLISH ADVERTISING TEXTS</p>	<p>275</p>
<p>Палій М.О., здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Люлька В.М., кандидат філологічних наук, доцент</p>	<p>PECULIARITIES OF MODERN ACCOUNTING DEVELOPMENT.....</p>	<p>277</p>
<p>Перепадченко Т.О., здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр», спеціальність «Агрономія» факультету агротехнологій та екології Науковий керівник – Люлька В. М., кандидат філологічних наук, доцент</p>	<p>MODERN TENDENCIES IN INTERNATIONAL AGRICULTURAL TRADE</p>	<p>279</p>
<p>Писанка В.О., здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Бакалавр», спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Долгополова М.В., викладач кафедри іноземних мов та українознавства</p>	<p>METHODS OF FINANCIAL ANALYSIS.....</p>	<p>281</p>
<p>Подлесний А.В., здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Екологія» факультету агротехнологій та екології Консультант з іноземної мови – Сільчук О.В., кандидат педагогічних наук, старший викладач</p>	<p>PAPER RECYCLING AS A NEW METHOD OF FORESTS’ SAVING</p>	<p>283</p>

<i>Совершенна П.С.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Економіка» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Дедушно А. В.</i> , кандидат філологічних наук, старший викладач	284
ЖИВИЙ СВІТ ПРИРОДИ В ПОЕТИЧНІЙ ТВОРЧОСТІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА	284
<i>Солодовник М. А.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», напрям підготовки «Екологія» факультету агротехнологій та екології Науковий керівник – <i>Сахарова Л. М.</i> , старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства	286
ECOLOGICAL ASPECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN LIVESTOCK AND THE ENVIRONMENT	286
<i>Фастівець П.С.</i> , здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр», спеціальність «Маркетинг» факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Долгополова М.В.</i> , викладач кафедри іноземних мов та українознавства	288
EXAMPLE OF A TEXTUAL ANALYSIS OF A PRINT ADVERTISEMENT.....	288
<i>Федорова А. Ю.</i> , здобувач вищої освіти I курсу СВО «Магістр», спеціальність «Ветеринарна медицина» факультету ветеринарної медицини Науковий керівник – <i>Люлька В.М.</i> , кандидат філологічних наук, доцент	290
ANALYSIS OF THE ANIMAL NAMES ORIGIN IN ENGLISH.....	290
<i>Чернільник В.В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Агрономія» факультету агротехнологій та екології Консультант з іноземної мови – <i>Савенкова О.О.</i> , старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства	292
ERTRAGSFÄHIGKEIT DER ERBSEN ABHÄNGIG VON DER SORTE	292
<i>Ярош О.В.</i> , здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр», спеціальність «Екологія» факультету агротехнологій та екології Науковий керівник – <i>Сахарова Л. М.</i> , старший викладач кафедри іноземних мов та українознавства	295
NEUE TENDENZEN IN ÖKOLOGISCH OPTIMIERTER AUSBAU DERNUTZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN IN DEUTSCHLAND	295

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

<i>Алдалаін Арабі, Степаненко С.Г.</i> , здобувачі СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Канцедал Н.А.</i> , кандидат економічних наук, доцент	298
ДОКУМЕНТУВАННЯ ПРОЦЕСІВ КОНСЕРВАЦІЇ НЕЗАВЕРШЕНИХ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....	298
<i>Андрущенко М.Ю.</i> , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Красота О.Г.</i> , кандидат економічних наук, доцент	300
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ З ОПЛАТИ ПРАЦІ	300
<i>Андрущенко О.Ю.</i> , здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Красота О.Г.</i> , кандидат економічних наук, доцент	302
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	302

Арестов О. О. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Галінська Т. С. , кандидат економічних наук, доцент ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	305
Ахмедов Т. Г. , студент 2 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Собчишин В. М. , кандидат економічних наук АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ГРОШОВОГО ОБОРОТУ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	307
Березін О. Ю. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Лелюк Ю. М. , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ГРОШОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА	309
Березовський В. А. , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Романченко Ю. О. , кандидат економічних наук, доцент ВПЛИВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	311
Берлим І. О. , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Левченко З.М. , кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри організації обліку і аудиту ОРГАНІЗАЦІЯ СКЛАДСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ	313
Білей Н. С. , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Мисник Т. Г. , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ САНАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ	315
Білоус С. М. , студент 2 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Лелюк Ю. М. , кандидат економічних наук, доцент МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ	317
Бойко В. В. , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Зоря С. П. , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ	319
Бойко А. В. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Лихоній В. І. , старший викладач ОНЛАЙН-ДЕПОЗИТИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ	321
Бойко О. А. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Лелюк Ю. М. , кандидат економічних наук, доцент ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ ЯК НАПРЯМ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ	322
Бондаренко В. В. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Томілін О. О. , доктор економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	324
Бондарь А. В. , студентка 2 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Томілін О. О. , доктор економічних наук, доцент МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	326

Борщагова Н.О. , здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Яловега Л.В. , кандидат економічних наук НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	328
Владімірова О.В. , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Мисник Т. Г. , кандидат економічних наук, доцент ВПЛИВ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	330
Глеба О. Ю. , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Романченко Ю. О. , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ	332
Голик Є. В. , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Мисник Т. Г. , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	334
Гомзякова В. В. , студентка 2 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Томілін О. О. , доктор економічних наук, доцент ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	336
Громович Ю.Г. , студентка 3 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Єгорова О.В. , кандидат економічних наук, доцент ШЛЯХИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ	338
Гуменюк К. О. , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Левченко З. М. , кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри організації обліку і аудиту СКЛАД ДОХОДІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	340
Гуняга Н. О. , студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Тютюнник С. В. , кандидат економічних наук, доцент АМОРТИЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА.....	342
Демченко В. О. , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Галінська Т. С. , кандидат економічних наук, доцент ОСНОВНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	344
Демченко Р. Г., Снітчук Д. В. , студенти 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Томілін О. О. , доктор економічних наук, доцент ОПТИМІЗАЦІЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	346

<i>Дуденченко В. В., Птиця Ю. М.</i> , здобувачі 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Зоря С. П.</i> , кандидат економічних наук, доцент ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ТА ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК ОСНОВА СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	348
<i>Єрмоленко В.М.</i> , студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Тютюнник Ю.М.</i> , кандидат економічних наук, доцент КРИТЕРІЇ ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА	350
<i>Жорняк Д. В.</i> , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Мисник Т. Г.</i> , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА».....	352
<i>Журавель М. В.</i> , здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Плаксійко В. Я.</i> , доктор економічних наук, професор ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У СИСТЕМІ «М.Е.Дос»	354
<i>Засенко В. В.</i> , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Мисник Т. Г.</i> , кандидат економічних наук, доцент НЕДОЛІКИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА БАНКУ – ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ	356
<i>Зверева А. О.</i> , студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Собчишин В. М.</i> , кандидат економічних наук ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАЛИШКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	358
<i>Зінченко В. С.</i> , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Галінська Т. С.</i> , кандидат економічних наук, доцент СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	360
<i>Ігнашкіна О.А.</i> , студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Тютюнник Ю.М.</i> , кандидат економічних наук, доцент СТАТИЧНИЙ І ДИНАМІЧНИЙ ПІДХОДИ У ХАРАКТЕРИСТИЦІ ГРОШОВИХ КОШТІВ.....	362
<i>Карабаза А. А.</i> , студент 2 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Кононенко Ж. А.</i> , кандидат економічних наук., доцент АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ТА ВИВЧЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОКАЗНИКИ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ	364
<i>Кісіль В.О.</i> , студент 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Чумак В. Д.</i> , кандидат економічних наук, доцент ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	366
<i>Козик Н. О.</i> , студентка СВО «Магістр» спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Левченко З.М.</i> , кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри організації обліку і аудиту ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР.....	368

<i>Коліщак І. М., Маслівець А. О.</i> , студенти 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Краснікова О. М.</i> , кандидат економічних наук, доцент ЕВОЛЮЦІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ОСНОВНІ ЗАСОБИ»	370
<i>Коломієць Н. С.</i> , студент 2 курсу СВО «Бакалавр», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Кононенко Ж. А.</i> , кандидат економічних наук, доцент АНАЛІЗ ПРИЧИН ЗМІНИ ПОСІВНИХ ПЛОЩ ТА УРОЖАЙНОСТІ.....	372
<i>Костюк І. І.</i> , студент 5 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Остапенко О. М.</i> , кандидат економічних наук, доцент ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ	374
<i>Крамаренко А. О.</i> , студент 1 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Песцова-Світалка О. С.</i> , кандидат економічних наук, доцент НАСЛІДКИ НЕЦІНОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ.....	376
<i>Максименко Ю. Е.</i> , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Мисник Т. Г.</i> , кандидат економічних наук, доцент ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	378
<i>Малина Р. С., Цілуйко Є. І.</i> , студенти 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Аранчій В. І.</i> , кандидат економічних наук, професор ДОПОМОГА ПО БЕЗРОБІТТЮ ТА ЇЇ РОЛЬ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ.....	380
<i>Мауер Д. Р.</i> , студент 1 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Песцова-Світалка О. С.</i> , кандидат економічних наук, доцент ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ: ПОНЯТТЯ, СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	382
<i>Меліхова Є. С.</i> , здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Тютюнник С. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ КАСИ.....	384
<i>Мироненко О. В.</i> , здобувач СВО «Магістр» спеціальності «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Лега О. В.</i> , кандидат економічних наук, доцент ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦІНКИ ЗАПАСІВ П(С)БО 9 ТА МСБО 2 «ЗАПАСИ».....	386
<i>Мошак В. О.</i> , студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Тютюнник Ю. М.</i> , кандидат економічних наук, доцент ВИЗНАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	388
<i>Олійник Е. Ю.</i> , студентка СВО «Магістр» спеціальності «Фінанси і кредит» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Томлін О. О.</i> , доктор економічних наук, доцент НЕОБХІДНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	390

<p>Орехівська Т.С., студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Ходаківська Л.О., кандидат економічних наук, доцент</p>	
ОСНОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА.....	392
<p>Перепадя В. О., магістрант факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Дорошенко О. О., кандидат економічних наук</p>	
КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЙОГО ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ	394
<p>Петракий Н. О., студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Аранчій В. І., кандидат економічних наук, професор</p>	
ПОДАТКОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК МЕТОД ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ РОЗРАХУНКІВ	396
<p>Пилипенко Н. В., здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Писаренко В. П., доктор наук з державного управління, доцент</p>	
ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ	398
<p>Регей В. І., студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент</p>	
РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ОСНОВНІ ЗАСОБИ У ФІНАНСОВИЙ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ	400
<p>Савченко А. М., здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Грибовська Ю. М., кандидат економічних наук, доцент</p>	
ОЦІНКА ТА ДОКУМЕНТУВАННЯ МАЙНОВИХ ВНЕСКІВ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ	402
<p>Скрипник Г. М., студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Ходаківська Л.О., кандидат економічних наук, доцент</p>	
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ	404
<p>Смірнова Є. С., студентка СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Левченко З. М., кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри організації обліку і аудиту</p>	
КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ Й ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	406
<p>Сокіл В.О., студент 2(стн) курсу СВО «Бакалавр», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Кононенко Ж.А., кандидат економічних наук, доцент</p>	
ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ СОБИВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	408

<p>Стіжко О. А., студентка СВО «Магістр» спеціальності «Фінанси і кредит» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Березницький Є. В., кандидат економічних наук НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА.....</p>	410
<p>Телятник М.Ю., студент 1 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Песцова-Світалка О.С., кандидат економічних наук, доцент ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ТА ЇЇ ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ</p>	412
<p>Телятник М.Д., студентка 3 курсу СВО «Бакалавр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Єгорова О.В., кандидат економічних наук, доцент ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</p>	414
<p>Фесак І. А., здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Зоря С. П., кандидат економічних наук, доцент ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ТА БАЗА ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ.....</p>	416
<p>Фролов О. В., здобувач 1 курсу СВО «Магістр» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Тютюнник С. В., кандидат економічних наук, доцент ЕЛЕМЕНТИ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ.....</p>	418
<p>Хожій В. О., студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ КУКУРУДЗИ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....</p>	420
<p>Шовкопляс А. Ю., здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування» факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Дугар Т. Є., кандидат економічних наук, доцент ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ БАЛАНСУ – ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ</p>	422
<p>Яреська О.О., студентка 1 курсу СВО «Магістр», факультету обліку та фінансів Науковий керівник – Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА П(С)БО 7 ТА МСБО 16</p>	424
<p>Коваленко Г.О., студентка 2 курсу факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – Подлесна Г.В., кандидат психологічних наук, доцент СТРАТЕГІЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ</p>	426
<p>Костогриз К.П., студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету агротехнологій та екології Науковий керівник – Ільченко А.М., кандидат педагогічних наук, доцент ПРОФЕСІЙНА І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВЧЕНОГО</p>	429
<p>Лукаш А. Ю., студентка 1 курсу факультету ТВППТ Науковий керівник – Якубенко О.П., кандидат історичних наук, доцент ФІЛОСОФСЬКІ ПОГЛЯДИ ДЕМОКРАТА.....</p>	431

<i>Маханькова М.О.</i> , студентка 1 курсу СВО «Магістр» факультету ветеринарної медицини Науковий керівник – <i>Макарець С.В.</i> , кандидат історичних наук, доцент	
УЧАСТЬ ПОЛТАВСЬКОГО ОПОЛЧЕННЯ У ВІЙНІ 1812 РОКУ	433
<i>Онокієнко В. В.</i> , студентка 1 курсу факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Макарець С.В.</i> , кандидат історичних наук, доцент	
АФГАНСЬКА ВІЙНА У СПОГАДАХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ, УРОДЖЕНЦІВ КОБЕЛЯЧЧИНИ.....	435
<i>Панченко І.Г.</i> , студентка 2 курсу факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Колодій О. С.</i> , кандидат педагогічних наук, доцент кафедри	
МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ НА РИНКУ ПРАЦІ, СТАН ПОЛІТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	437
<i>Редченко Р.О.</i> , студентка 2 курсу факультету економіки та менеджменту Науковий керівник – <i>Подлесна Г.В.</i> , кандидат психологічних наук, доцент	
ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАХИСТУ ТА ЇХ МЕХАНІЗМИ.....	439
<i>Семеняченко В. О.</i> , студентка 1 курсу факультету ТВППТ Науковий керівник – <i>Якубенко О.П.</i> , кандидат історичних наук, доцент	
ФІЛОСОФСЬКЕ ВЧЕННЯ ПЛАТОНА	442
<i>Співак І.О.</i> , студентка 2 курсу факультету обліку та фінансів Науковий керівник – <i>Колодій О. С.</i> , кандидат педагогічних наук, доцент кафедри	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	443
<i>Чернільник В.В.</i> , студентка I курсу СВО «Магістр» факультету агротехнологій та екології Науковий керівник – <i>Ільченко А.М.</i> , кандидат педагогічних наук, доцент	
ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ НАУКОВОГО ЗНАННЯ.....	445
Іменний покажчик	448



**СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ
ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР У ПІДПРИЄМСТВІ

*Альшател Л. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Вакуленко Ю. В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств є дуже актуальним питанням сьогодення. Це пов'язано із викликами продовольчої нестабільності в багатьох країнах світу. Покращити процеси виробництва, які б підвищили продовольчу та енергетичну безпеку, а також сприяли рівновазі агросистеми – це має стати основними пріоритетами діяльності підприємства для досягнення його ефективності. Тільки в цих умовах можна говорити про конкурентоспроможність аграрної продукції на світових ринках. Важливо відзначити, що зростають і вимоги до якості продукції, що є поштовхом для вдосконалення вітчизняних процесів виробництва [1, с. 124].

До основних шляхів підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва технічних культур, які забезпечують подальше збільшення обсягів виробництва продукції і зменшення витрат на її одиницю, слід віднести комплекс таких заходів [1, 2, 3]:

– розробка раціональної структури посівних площ відповідно до спеціалізації господарства та природничо-економічних умов (оптимізація структури посівних площ товарних культур, яка здійснюється з метою збільшення вирощування тих культур, які забезпечать прибутковість виробництва. Оптимізаційні методи дозволяють визначити наскільки потрібно збільшити обсяг виробництва і реалізації продукції, щоб одержати бажану суму прибутку, та як вплине на його величину зміна витрат виробництва, що піддаються коригуванню в короткостроковому періоді);

– ліквідація втрат при збиранні врожаїв (дослідження показують, що лише у перші 5 – 8 днів після дозрівання врожайність сільськогосподарських культур не знижується. У наступні дні спостерігається зниження врожаю: збирання через 15 днів після настання повної стиглості призводить до втрат 27 – 29 % зерна, а через 20 днів – від 33 до 37 %. Близько 30 – 50 % зібраних врожаїв можуть також втрачатися через несвоєчасні перевезення, які призводять до порушення технології виробництва продукції. Через нестачу транспортних засобів на збиральних роботах простоювання збиральних машин можуть сягати 30 – 40 % змінного часу, тому необхідна правильна організація збиральних робіт. При роботі в період збирання технічних культур у 2 зміни, економія на один збирально-транспортний комплекс у визначених технологічний строк з урахуванням недоодержаного прибутку від втрат урожаю внаслідок простоїв комбайнів, експлуатаційних витрат на виробництво тієї частини продукції, яка втрачена, та відрахувань на амортизацію і збері-

гання комбайнів становитиме більш ніж 100 тис. грн);

– раціональне використання добрив та системи заходів боротьби з бур'янами, шкідниками і хворобами сільськогосподарських культур (забезпечити необхідними рослинні елементами живлення можливо за допомогою внесення мікроелементів, наприклад, гумінових кислот. Гумати підвищують коефіцієнт засвоєння елементів живлення з ґрунту на 15 – 20 %. Використання таких регуляторів росту рослин забезпечує підвищення ефективності споживання макро- і мікроелементів з ґрунту і добрив, стимулює розвиток рослин шляхом підвищення біомаси продукції, підвищує ефективність фунгіцидів та гербіцидів і знешкоджує залишки їх шкідливих речовин, збільшує врожайність і підвищує якість продукції, поліпшує структуру ґрунту і здатність утримувати воду, збільшує поглинання поживних речовин, збільшує схожість насіння, зменшує нагромадження токсичних речовин у ґрунті та врожаї, підвищує активність біопрепаратів, а також сприяє покращенню якісного складу ґрунтів та біологізації землеробства);

– впровадження нових високопродуктивних сортів і гібридів культур (сорт є найбільш доступним та дешевим засобом підвищення урожайності. Основним завданням селекції технічних культур на сучасному етапі є створення високоадаптивних сортів, що мають високий рівень генетичного захисту врожаю від біотичних і абіотичних факторів середовища й здатні максимально реалізувати потенціал врожаю в поєднанні з високою якістю насіння. Для обґрунтування проекту сівозмін необхідно уточнити розподіл ділянок між сортами технічних культур, використовуючи, наприклад, метод теорії ігор);

– впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва, програмно-технічних засобів у виробництві (навігаційне обладнання, тобто системи паралельного водіння та автопілоти, використовують системи супутникової навігації для визначення поточного положення сільгосптехніки. Досягається дуже висока точність водіння по заданих траєкторіях навіть в умовах поганої видимості. Витрати на купівлю та введення в експлуатацію системи GPS-моніторингу, як правило, окупаються протягом одного сезону. Навігаційне обладнання дозволяє виключити пропуски і перекриття, які становлять 15 – 25 % від площі полів, що допускаються при виконанні сільськогосподарських робіт, зекономити витратні матеріали до 20 % на 1 га; збільшити продуктивність робіт на 13 – 20 % за рахунок концентрації уваги механізатора тільки на керуванні трактором, збільшити у 1,5 – 1,8 рази продуктивність агрегату за рахунок виконання робіт вночі; з метою зниження випаровування – використовувати агрегати для обприскування вночі; заощадити до 8 % пального; скоротити агротехнічні строки виконання робіт);

– поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва (унаслідок скорочення набору культур необхідне введення до сівозміни деяких технічних культур, наприклад, озимого ріпаку, що є одним із найкращих фітосанітарним попередником для зернових культур, підвищення врожаю яких досягає 30 %. Особлива цінність ріпаку полягає в тому, що завдяки розвинутій і гли-

боко проникаючій у ґрунт кореневій системі він засвоює нітрати, запобігаючи їхньому попаданню у ґрунтові води. Правильне чергування культур, яке виходить із наявного набору, є основою для формування науково-обґрунтованої сівозміни, економічна оцінка якої може принести високі результати. При вирощуванні ріпаку на підприємстві збільшується: врожайність зернових на 3–4 ц/га; виробництво сінажу, кормових гранулів; валовий збір зеленого корму; кількість гною; збір меду);

– впровадження інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій (інтенсивні системи ведення землеробства, які впроваджують ефективні заходи підвищення родючості ґрунту внаслідок застосування добрив, удосконалення знарядь праці тощо. Система заходів має включати застосування біологічних, фізичних та хімічних засобів у технологіях її вирощування, оскільки вони сприяють значному підвищенню продуктивності культур);

– впровадження альтернативних технологій виробництва (сьогодні зростає світовий попит на органічну сою на фураж унаслідок розвитку органічного тваринництва. Зокрема, органічну сою на фураж можна реалізувати безпосередньо в Швейцарію, ціна на яку 550 – 600 євро/т. При цьому ціни на усю органічну сільськогосподарську продукцію не схильні до циклічних коливань упродовж року. Для вирощування органічної сої можливий перехід від традиційної технології до органічної з урахуванням дотримання сівозміни «соя – озима пшениця – соя – озима пшениця». Якщо підприємство сертифікує виробництво сої, то прибутки збільшаться більше, ніж утричі, оскільки наразі за швейцарським проектом при відповідності якості продукції усі витрати по просуванню продукції до споживача бере на себе зернотрейдер);

Але, незважаючи на всі заходи підвищення ефективності, технології вирощування технічних культур тільки тоді будуть ефективними, коли вони буде гармонійно працювати в системі: ґрунтово-кліматичний потенціал регіону – рівень родючості ґрунту – попередник – раціональний обробіток ґрунту – сорт – строк сівби – кількісне та просторове розміщення рослин на площі – збалансовані системи живлення, захист від шкідливих організмів і своєчасний збір врожаю.

Отже, збільшення обсягів виробництва технічних культур можливе за умови додержання всіх норм і застосування зазначених заходів, існує реальна можливість забезпечити високу ефективність галузі, збільшити виробництво екологічно чистої, конкурентоспроможної рослинницької продукції, підвищити окупність вкладень, поліпшити соціальні умови самих працівників.

Список використаних джерел:

1. Макарчук О. Г. Покращення показників ефективності аграрного виробництва / О. Г. Макарчук // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – 2011. – № 4 (52). – С. 31 – 36. – (Серія Економічні науки).

2. Дієсперов В. С. Ефективність виробництва в сільськогосподарському підприємстві: [монографія] / В. С. Дієсперов. – К.: ННС Інститут аграрної економіки, 2008. – 340 с.

3. Габор С. С. Сучасні підходи до ефективності виробництва / С. С. Габор, В. С. Габор // Інноваційна економіка. – 2010. – №2. – С.60-65.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ

*Андрійченко О. Р., здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»*

*Науковий керівник –
Дорофєєв О. В., кандидат економічних наук, доцент*

Сучасні умови господарювання, які характеризуються невизначеністю, динамічністю, ризикованістю, підвищенням інтенсивності конкурентної боротьби, обумовлюють зміщення акцентів уваги на персонал підприємства. Персонал є стратегічним ресурсом підприємства, який вимагає пошуку нових механізмів управління ним для забезпечення результативності його роботи в довгостроковій перспективі. Виходячи з цього, особливої актуальності набуває вивчення можливостей ефективного управління персоналом підприємства, що зумовлює необхідність формування системи стратегічного управління персоналом, яка б забезпечувала життєздатність та конкурентоспроможність конкретного підприємства. Стратегічне управління персоналом всебічно розглянули такі науковці та практики, як: Л. В. Батченко, Є. А. Бельтюков, Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, В. М. Гончаров, Т. С. Максимова, О. Ф. Новікова, Г. В. Осовська, І. Л. Петрова, М. Д. Прокопенко, Г. Д. Тарасенко, О. М. Уманський тощо. Проте й досі не втрачають своєї актуальності питання щодо розроблення принципів, напрямів та методів управління персоналом, формування кадрового потенціалу, застосування нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу, розроблення та реалізації стратегії управління персоналом [1, 3].

Стратегічне управління персоналом підприємства – це багатогранний процес, спрямований на оптимізацію кадрової політики і забезпечення на цій основі конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Процес стратегічного управління персоналом підприємства складається з трьох основних етапів:

- стратегічного планування діяльності щодо управління персоналом;
- стратегічної організації діяльності щодо управління персоналом;
- стратегічного контролю діяльності щодо управління персоналом.

Стратегічне планування діяльності щодо управління персоналом підприємства є одним з головних етапів стратегічного управління персоналом, оскільки саме на цьому етапі встановлюються стратегічні цілі щодо управління персоналом (тобто цільові орієнтири у сфері управління персоналом на довгостроковий період) і обирається кадрова стратегія підприємства (тобто модель забезпечення досягнення встановлених стратегічних цілей щодо управління персоналом).

Другим етапом процесу стратегічного управління персоналом підприємства є стратегічна організація діяльності щодо управління персоналом, ключовим моментом якої є здійснення стратегічних змін у системі управління персоналом.

Будь-які стратегічні зміни передбачають насамперед впровадження певних інновацій, однак не завжди персонал уміє адекватно сприймати зміни, які відбуваються на підприємстві.

Третім етапом процесу стратегічного управління персоналом є стратегічний контроль діяльності щодо управління персоналом, що має безперервний циклічний характер і повинен здійснюватись на всіх етапах стратегічного управління персоналом.

Стратегічний контроль діяльності щодо управління персоналом передбачає насамперед проведення оцінювання ділових якостей персоналу підприємства.

Для забезпечення конкурентоспроможності стратегічного управління персоналом підприємства необхідно підтримувати оптимальну якість інформаційно-комунікаційних аспектів стратегічного управління персоналом, організаційної діяльності щодо стратегічного управління персоналом, мотивації й розвитку персоналу, а також розвитку корпоративної культури підприємства.

Поняття стратегічного управління персоналом підприємства ґрунтується на концептуальних засадах стратегічного управління підприємством в цілому. Основні цілі й шляхи реалізації стратегічного управління персоналом наведено на рис. 1.

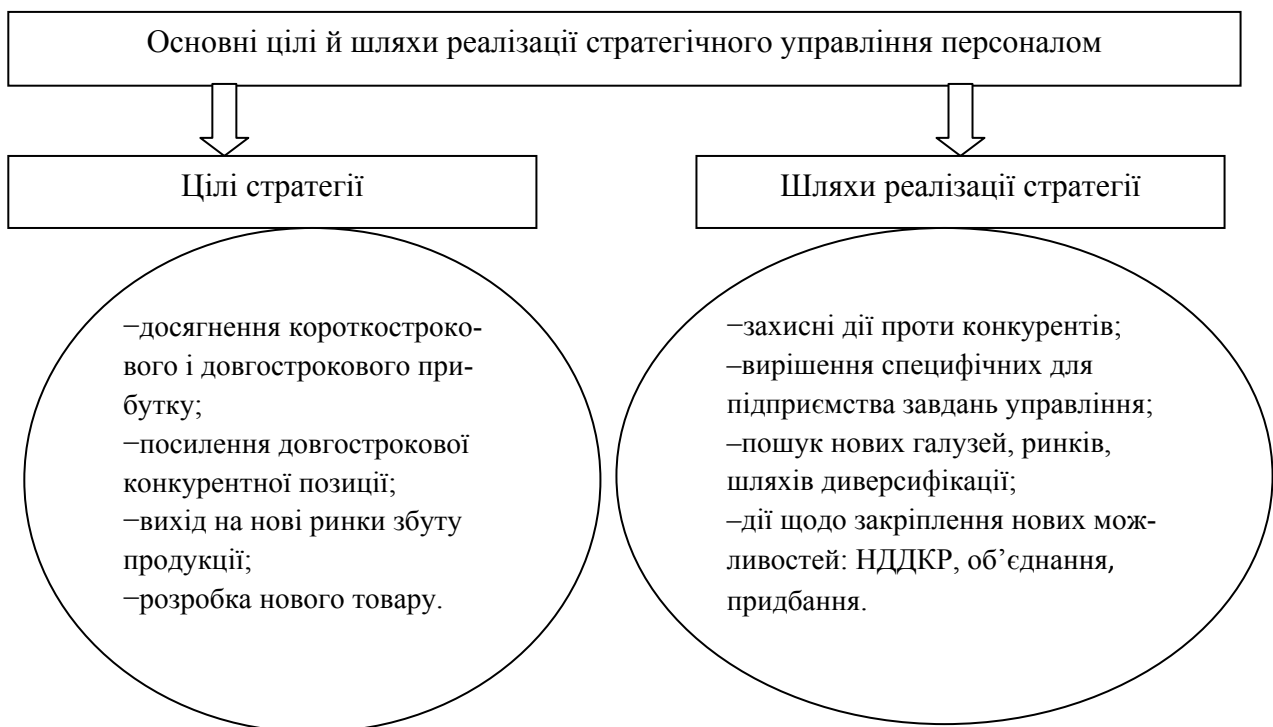


Рис. 1. Цілі та шляхи реалізації стратегії управління персоналом підприємства [1, с. 169]

Цілі стратегічного управління персоналом, у свою чергу, впливають на реалізацію заходів кадрової політики підприємства [1, с. 169-170]. Стратегія розвитку персоналу тісно взаємозв'язана зі стратегією управління персоналом та стратегією управління організації. При цьому дві перші стратегії ґрун-

туються на третій – стратегії управління організацією. Запровадження нових напрямів діяльності, зміна курсу організації, виходячи з її внутрішніх ресурсів, вимагає в стратегії розвитку персоналу головні акценти змістити на опанування працівниками нових знань, умінь і навичок. Професійна перепідготовка та підвищення кваліфікації набувають особливого значення для реалізації стратегії зміни курсу [3, с. 21-23].

Стратегічне управління персоналом дає змогу формувати необхідний кадровий персонал, орієнтує виробничу діяльність чи надання послуг відповідно до попиту споживача, здійснює гнучке регулювання та своєчасні зміни в організації, які відповідають вимогам оточення і дають змогу досягти певних конкурентних переваг. Кожному варіанту стратегії управління організацією відповідає адекватний варіант стратегії розвитку персоналу підприємства [3, с. 78].

Дослідження ролі і місця стратегії управління персоналом у системі управління персоналом підприємства дали можливість визначити стратегічні напрями управління персоналом підприємства, до яких можна віднести такі напрями, які визначають завдання кадрової політики підприємства з урахуванням стратегічних цілей його розвитку:

- формування і ефективного використання кадрового потенціалу підприємства;
- маркетинг персоналу, що включає аналіз ринку праці, формування системи найму і використання персоналу, дослідження суб'єктів цього ринку, визначення вимог до персоналу;
- формування форм і методів підбору, оцінки й атестації персоналу;
- розробка концепції розвитку персоналу підприємства, яка включає нові форми і методи навчання персоналу, планування ділової кар'єри, формування кадрового резерву з метою випереджувального проведення цих заходів відносно до термінів появи потреби в них;
- формування напрямів соціального розвитку підприємства;
- вдосконалення інформаційного забезпечення всієї компанії досягнутого рівня стратегічного управління персоналом підприємства.

Отже, стратегічне управління персоналом підприємства – це багатогранний процес, спрямований на оптимізацію кадрової політики і забезпечення на цій основі конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Процес стратегічного управління персоналом підприємства складається з трьох основних етапів: стратегічного планування діяльності щодо управління персоналом, стратегічної організації діяльності щодо управління персоналом, стратегічного контролю діяльності щодо управління персоналом.

Впровадження стратегічного управління персоналом у практичну діяльність сучасних підприємств зіштовхується з низкою проблем, це недостатній рівень підготовки персоналу у сфері стратегічного управління, опір стратегічним змінам та інноваціям, нестача фінансових ресурсів, недосконалість системи мотивації персоналу, пониження ролі персоналу на підприємстві, не-

досконалість законодавчої бази щодо управління персоналом, недостатня гнучкість організаційних структур управління, недосконалість стилю і методів управління персоналом, недостатнє інформаційне забезпечення стратегічного управління персоналом, нерозвиненість корпоративної культури підприємства.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є розробка моделі стратегічного управління персоналом підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бузько І. Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці : [монографія] / І. Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Надьон та ін. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с.
 2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : [монографія] / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк : [Дон НУЕТ], 2010. – 238 с.
 3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : [навч. посіб.] / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.
-

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА СВИНИНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

**Асгарова А.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст»,
спеціальність «Економіка підприємства»**

**Науковий керівник –
Олійник Є.О., кандидат економічних наук, старший викладач**

З переведенням вітчизняної економіки на ринкові засади, сформувався комплекс складних проблем, однією з яких є необхідність збільшення обсягів, підвищення ефективності та прибуткового ведення сільськогосподарського виробництва як об'єктивної потреби будь-якої системи господарювання.

Однак тривалий час галузь знаходиться в стані занепаду, виробництво свинини стало нерентабельним, незадовільним є і кормозабезпечення, відчувається нестача концентрованих кормів та їх незбалансованість, порушені зоотехнічні й ветеринарні вимоги щодо відтворення поголів'я, годівлі та утримання свиней, зросли витрати на розвиток галузі, відповідно і зменшилась кількість господарств з виробництва свинини.

Галузь свинарства, завдяки сприятливим умовам в Україні для кормовиробництва, цінним біологічним особливостям тварин, високій окупності кормів, за належних умов утримання та годівлі, традиційно вважалася прибутковою. Тому підвищення економічної ефективності виробництва продукції свинарства є актуальним питанням, від вирішення якого залежить продовольча безпека країни.

Народногосподарське значення свинарства винятково велике. Свинарство – одна з основних галузей тваринництва. На частку свинини припадає близько 40 % усього виробництва м'яса в країні. За обсягом виробництва і

розмірами споживання свинина посідає друге місце серед видів м'яса, поступаючись тільки перед яловичиною.

Свинарство постачає народному господарству продукти харчування, що відрізняються високою харчовою цінністю і хорошими смаковими якостями, а також сировину для легкої промисловості.

Україна має значний природний потенціал, завдяки чому спроможна не тільки забезпечити власні потреби в основних продуктах харчування рослинного і тваринного походження, а і стати експортером високоякісної, конкурентоспроможної, екологічно чистої продукції.

Розв'язання стратегічної проблеми необхідно здійснювати не лише на державному, але й на регіональному рівнях, де вирішуються питання забезпечення населення продуктами харчування.

Свинарство – одна з найефективніших і традиційних галузей тваринництва в Україні з давніх часів.

Свинарство – як високотоварна галузь сільськогосподарського виробництва, забезпечує населення багатьох країн на усіх континентах світу (крім Антарктиди) енергетично-цінними продуктами харчування. Порівняно з іншими сільськогосподарськими тваринами свині характеризуються рядом біологічних особливостей: скороспілістю, багатоплідністю, молочністю, всеїдністю, низькими витратами корму, високим забійним виходом, якістю м'яса, адаптаційною здатністю та ін.

Сучасне свинарство, провідних країнах світу характеризується динамічним розвитком, застосуванням інтенсивних енергозберігаючих технологій, нарощуванням виробничих потужностей, постійним підвищенням продуктивності тварин, що і забезпечує стабільне збільшення обсягів його виробництва.

Список використаних джерел:

1. Азізов С. П. Деякі питання організації та підвищення ефективності тваринництва / С. П. Азізов // Економіка АПК – 2011. – № 4 – С. 12–15.
 2. Азізов С. П. Організація виробництва і аграрного бізнесу в сільськогосподарських підприємствах. / За ред. С. П. Азізова. – К.: ІАЕ, 2001. – 834 с.
 3. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
 4. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 780 с.
-

МОДЕЛЮВАННЯ ЧИННИКІВ ВИРОБНИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЕВОЛЮЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН

*Баклицька М.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник – Костоглод К.Д., доцент*

Зазначимо, що в межах еволюційної теорії економічних змін робляться лише перші кроки до розбудови адекватних математичних моделей, які, використовуючи сучасний математичний апарат та комп'ютерні технології, можуть стати суттєвим доробком у розвитку економічної науки [1].

Враховуючи зазначене, співвідношення чинників виробництва фірми можна описати матрицею F перехідних імовірностей розмірністю $(N \times N)$:

$$F = [f_{ik}], i, k = 1, \dots, N,$$

де стан i асоціюється зі співвідношенням чинників виробництва, а f_{ik} – імовірність того, що стан i настає після стану k . Ця матриця постійна в часі, але залежить від цін чинників.

Важливими є, зокрема, дві властивості матриці F . Перша полягає в тому, що зі зростанням співвідношення цін w_1/w_2 зростає й умовна ймовірність станів з більшими номерами (більше a_1/a_2) за умови будь-яких (без винятку) початкових значень f_{ik} . Конкретно, якщо f_{ik} — коефіцієнти, що виникають у результаті збільшення відносної ціни змінного чинника 1, маємо:

$$\sum_{i=1}^n \hat{f}_{ik} \leq \sum_{i=1}^n f_{ik}, \text{ якщо } n = 1, \dots, N - 1; k = 1, \dots, N. \quad (11.1)$$

$$F \quad \hat{F}$$

Якщо матриці F та \hat{F} формуються в результаті застосування описаної вище схеми пошуку й тестування, то в такій формі ця властивість має місце також у загальному випадку. В цьому можна переконатися, порівнюючи за

заданої початкової пари (a_1/a_2) область у просторі коефіцієнтів витрат, які задовольняють тест на порівняння витрат за умови двох різних співвідношень цін чинників виробництва. Коректність щодо такого порівняння впливає з припущення про те, що породжений пошуком розподіл альтернатив не залежить від цін [2].

Друга властивість полягає в тому, що стовпчики матриці F впорядковані згідно зі співвідношеннями, наведеними вище:

$$\sum_{n=1}^n f_{ik} \leq \sum_{n=1}^n f_{iK}, \quad \text{якщо } n, k = 1, \dots, N-1; K = 1, \dots, N; K > k. \quad (11.2)$$

Тобто умовна ймовірність переходу до стану з меншим номером зі стану з більшим номером менша, ніж та сама ймовірність за умови переходу зі стану з меншим номером. Ця математична властивість відповідає економічній ідеї про те, що пошук є «локальним», тобто охоплює прирощувані модифікації існуючих технологій. Локальний пошук навряд чи дуже змінює співвідношення чинників виробництва, і найбільш ймовірними є співвідношення, відносно близькі до початкового. Ймовірність завершити пошук співвідношенням нижчим, ніж будь-яке конкретне значення, буде, таким чином, вищою, якщо в початковому стані це співвідношення відносно невелике. Тобто вважатимемо, що (11.2) виконуватиметься для матриці F . Уважатимемо також, що нерівності (11.1) та (11.2) виконуються строго.

Під час зростання відносної ціни чинника 1 фірму можна характеризувати за допомогою конкретного співвідношення:

$$a_1/a_2 = \exp(u_i)$$

Розподіл ймовірностей на N станах марківського ланцюга в цій точці описується одиничним вектором δ_i , в якого на i -му місці знаходиться одиниця, а решта значень координат дорівнює нулеві. Починаючи з часу τ й далі еволюція співвідношення чинників виробництва фірми управляється не матрицею перехідних ймовірностей \hat{F} , а матрицею F . Вважають, що $\hat{F} > F$; це означає, що кожен стовпчик \hat{F} показує деяке зміщення ймовірностей у напрямку станів з більшими номерами щодо відповідного стовпчика матриці F .
 $t > \tau$

Очевидно, що за умови :

$$\hat{F}^{t-\tau} \delta_i > F^{t-\tau} \delta_i,$$

тобто зміна співвідношення цін зсуває розподіл ймовірностей співвідношення чинників виробництва в кожен період часу після τ у напрямку більш високих значень a_1/a_2 . Такий самий зсув матиме місце й у граничному переході, коли розподіл ймовірностей стану збігається до стаціонарного розподілу, котрий не залежить від початкових умов.

Розгляньмо тепер, що відбувається із середнім співвідношенням чинників у галузі. Попередній аналіз застосовується до кожної індивідуальної фір-

ми з тим застереженням, що в загальному випадку в різних фірм у період $\exp(U_t)$ спостерігаються різні співвідношення чинників виробництва і різні значення V_t .

Зміна ціни чинників виробництва зміщує розподіл імовірностей після часу t у напрямку більш високих значень a_1/a_2 для всіх без винятку фірм.

Дивлячись з моменту часу t у віддалене майбуття, можна припустити, що в усіх фірм розподіл імовірностей сходиться до стаціонарного розподілу, \hat{F}

що асоціюється з матрицею ймовірностей переходу F . Звідси ясно, що розподіл імовірностей незваженого середнього у кожен період $t > \tau$ зміщується зі зміною ціни в стандартному напрямку та що сподіване (середнє) співвідношення за великих значень t зростає від S до \hat{S} .

де F та \hat{F} — вектори стаціонарних імовірностей, асоційовані з матрицями F та \hat{F} відповідно.

Зазначимо, що дійсний агрегований стан співвідношення x_1/x_2 у галузі є середньозваженим згідно з питомою вагою капіталу фірми, співвідношенням індивідуальних фірм. Це означає, що у зміні співвідношення для галузі беруть участь поряд з уже проаналізованими пошуковими ефектами також селекційні ефекти, що й створює деякі ускладнення. Формально нехай $I_{im}(t) = 1$, якщо за час t у фірми $(m) U_t = u_i$; у протилежному разі $I_{im}(t) = 0$. Тобто $I_{im}(t)$ для кожного m — N -мірний вектор, котрий показує, у якому стані марківського процесу співвідношень чинників виробництва перебуває фірма в час t .

Припустімо, що $Z_m(t)$ — частка капіталу фірми m :

$$Z_m(t) = \frac{K_m(t)}{\sum_{j=1}^M K_t}, m = 1, \dots, M.$$

Тоді співвідношення чинників виробництва у галузі загалом можна записати як:

$$\alpha(t) = \sum_{i=1}^N \sum_{m=1}^M Z_m(t) I_{im}(t) \exp(u_i).$$

Обчислимо математичне сподівання $E(\alpha(t))$:

$$E(\alpha(t)) = \sum_{i=1}^N \sum_{m=1}^M \exp(u_i) [E(Z_m(t))E(I_{im}(t)) + cov(Z_m(t), I_{im}(t))].$$

З наведеного вище аналізу випливає, що для великих t (та для m) $E(I_{im}(t)) \approx \hat{S}_i$ (порівняно зі значеннями S_i за відсутності зміни ціни чинника виробництва). Оскільки сума часток (питома вага) капіталу дорівнює одиниці — це означає, що $E(\alpha(t))$ відрізняється від незваженого середнього, котре було розглянуто дещо вище, сумою коваріаційних складових [2].

Суттєві запитання, що виникають у зв'язку з наявністю цих коваріаційних складових: чи може зміна цін чинників виробництва привести до деякої неочевидної зміни коваріації та чи суттєво це вплине на поведінку агрегованого співвідношення чинників виробництва у галузі? На них поки що немає чіткої відповіді. Припущення щодо локального характеру пошуку означає, що стан фірм у діапазоні можливих чинникоінтенсивностей може, зокрема, бути приблизно постійним у часі.

Якщо це так, то ця зміна цін чинників виробництва, задаючи імпульс $t = \tau$ конкретному станові галузі в момент $t = \tau$, у наступні періоди, ймовірно, спричинить прояв селекційного впливу в стандартному напрямку. За великих змін цін можливою є тривала перехідна фаза, протягом якої пошукові ефекти поступово перемістять співвідношення чинників виробництва в зовсім іншу область.

Список використаних джерел

1. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. – М: ЗАО “Финстатинформ”, 2000. – 474- с.
2. Шелобаев С.И. Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе: Учебн.пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ: ДАНА, 2000. – 367 с.

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

**Бархатов І. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність
«Менеджмент» факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент**

Вибираючи конкурентну стратегію, слід врахувати вплив зовнішнього середовища та оцінити внутрішні ресурси, якими володіє підприємство. Від того, наскільки внутрішнє середовище відповідатиме конкурентній стратегії, залежать можливості розвитку підприємства. Доцільно зазначити, що на практиці вибір та розробка стратегій щодо реалізації конкурентних переваг повинні базуватися на результатах діагностики фінансового стану підприємств та їх споживчої привабливості, що проводиться в рамках оцінки конкурентоспроможності. Проте в даний час це пов'язане з рядом проблем. По-перше, в науковій літературі не відображена модель, що характеризує взаємозв'язок і взаємозалежність конкурентоспроможності та інструментів її досягнення, по-друге, відсутня комплексна кількісна методика її оцінки, що ускладнює дослідження переваг і недоліків в порівнянні з конкуруючими підприємствами, по-третє, не визначені рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності, які зумовлені виявленням конкурентних переваг, по-четверте, не сформований вибір конкурентної стратегії, яка спрямована на досягнення довгострокових конкурентних позицій підприємства в конкретній галузі [1, с. 6].

Стратегія конкуренції являє собою основу конкурентної поведінки підприємства на ринку і описує схему забезпечення переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія концентрується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням, спрямованим на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва.

Конкурентоспроможне підприємство характеризується достатньою гнучкістю та вмінням адаптуватися до змін зовнішніх і внутрішніх економічних умов, а конкурентоспроможність є віддзеркаленням успіху (невдач) усіх підрозділів діяльності підприємства [2].

Заради підвищення конкурентоспроможності підприємства покращують свої економічні показники (обсяг продаж, прибуток, активи, рентабельність продаж, рентабельність активів, прибуток на оновлення), наприклад, скорочують витрати по доставці своїх вантажів. Підприємства працюють більш рентабельно, якщо використовують досягнення науково-технічного прогресу, виготовляють продукцію більш новими продуктивними машинами, впроваджуючи сучасну технологію [3].

Загальновизнаним фактом є те, що підприємства, які не підвищують

свою конкурентоспроможність, не засвоюють культуру загальної якості, приречені на поразку. Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності [5].

Більшість вчених вважають, що досягнення високого рівня конкурентоспроможності для підприємств в даних умовах можливе, якщо вони будуть конкурувати за неціновими методами. Цінові методи конкурентної боротьби є неефективними, оскільки передбачають встановлення нижчої ціни реалізації товару за рахунок зменшення обсягу прибутку. Недоліком цього методу є зниження норми прибутку та рентабельності і, як наслідок, – фінансове виснаження підприємства у процесі тривалого протистояння [3, 4, 5].

Таким чином можна констатувати, що формування ефективної конкурентної стратегії підприємства є одним із визначальних факторів його сталого та ефективного розвитку. Конкурентоспроможність підприємства являє собою комплексне, інтегральне поняття, що в загальному вигляді являє собою здатність витримувати конкуренцію. Управління конкурентоспроможністю, відповідно, являє собою цілеспрямований вплив менеджменту підприємства на фактори і умови, які її формують.

Список використаних джерел

1. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – №2(12). – 2014. – С. 6-13.

2. Дяченко Т. О. Визначення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та стратегії її підвищення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.04 / Т.О. Дяченко; Нац. авіац. ун-т. — К., 2002. — 20 с.

3. Нужна О. А. Оцінка рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / О. А. Нужна // Економіка АПК. – 2006. – № 4. – С. 110 – 115.

4. Помаз О. М. Уточнення трактування сутності категорії «стратегічний розвиток операційного менеджменту сільськогосподарських підприємств» / О. М. Помаз // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – 2013. – № 1(34). – С. 139 – 142.

5. Пуцентейло П. Р. Теоретико-методологічні основи дослідження економічної сутності конкуренції / П. Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2009. – №2. – С. 107-114.

ОСОБЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Беззубко Н. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»**

**Науковий керівник –
Воронько-Невіднича Т. В., кандидат економічних наук, доцент**

Загальновідомо, що головною метою діяльності аграрних підприємств є отримання прибутку шляхом виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції, її переробки, реалізації та здійснення інших видів діяльності.

Забезпечення високих темпів зростання ефективності сільськогосподарського виробництва пов'язане з необхідністю самостійного виходу товаровиробників на нові ринки, що передбачає підвищення культури землеробства; ефективніше використання землі, виробничих засобів, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; зростання продуктивності й поліпшення якості праці, економне та бережливе використання всіх ресурсів тощо.

Диверсифікація виробництва у сфері АПК – це розширення номенклатури й асортименту, зміна виду продукції, що виробляється підприємством для підвищення ефективності господарської діяльності, отримання економічної вигоди, запобігання банкрутства з урахуванням екологічних та соціальних потреб населення [1, с. 113]. Диверсифікацію також пов'язують з уникненням частини ризику при розподілі капіталу між різними видами діяльності. Так, надмірне поглиблення спеціалізації сільськогосподарського підприємства суттєво підвищує його ризик. У той же час, природні та економічні умови, включаючи ємність ринку та ступінь його насиченості сільськогосподарською продукцією, можуть бути сприятливими для організації нового виробництва [2, с. 15-19].

Відомий науковець Ю. О. Лупенко зауважує, що за сучасних умов найбільші ризики диверсифікації ринків збуту продукції стосуються експорту вітчизняної продукції до країн СНД. Вони пов'язані з періодично виникаючими заборонами на поставки української м'ясної, молочної та кондитерської продукції певних виробників, змінами процедури та правил митного оформлення. У зв'язку з цим необхідний пошук компенсаторів втрат традиційних ринків збуту, що пов'язується з розширенням присутності української аграрної продукції на інших сегментах світового ринку (в першу чергу європейському, азійському та африканському). Підписання 27 червня 2014 р. економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом відкрило нові перспективи розвитку європейського вектору зовнішньоекономічної діяльності аграрного бізнесу, в тому числі завдяки створенню поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі. Однак участь національних товаровиробників у зовнішній торгівлі з країнами ЄС ускладнюється через відсутність належної сертифікації виробничих потужностей, істотні відмінності у вимогах до якісних показників виробленої продукції.

Поряд із цим, внутрішній ринок агропродовольчої продукції України характеризується низькою ємністю й високим ступенем чутливості до зміни роздрібних цін на продукти харчування, а через високу частку витрат на харчування у сімейному бюджеті домогосподарств зниження реальних доходів населення може спричинити соціальні збурення. Ситуація ускладнюється тим, що ефективність проходження сільськогосподарської продукції від виробників до споживачів знижує недосконалість міжгалузевих зв'язків. Зокрема, якщо зростання цін у первинній ланці призведе до зростання цін на продовольство, то зворотний зв'язок відсутній – здешевлення сировини не веде до зниження цін на продовольчі товари. Шляхи вирішення проблеми лежать у площині вдосконалення інфраструктури аграрного ринку. Пріоритет

має надаватися розвитку біржової торгівлі, запровадженню фінансових та інших інструментів на ринках сільськогосподарської продукції (аграрні розписки, ф'ючерсні та форвардні контракти тощо), створенню прийнятної системи заготівлі, переробки і реалізації агропродукції, що виробляється особистими селянськими господарствами. Крім того, на часі створення ефективної системи моніторингу та інформаційно-аналітичного забезпечення аграрного ринку [3, с. 31].

Отже, впровадження диверсифікації для аграрних підприємств є одним із головних факторів забезпечення їх конкурентоспроможності. Вона має позитивний характер, оскільки спонукає до інтеграції з вітчизняними переробними підприємствами, підвищує рівень їх завантаженості, сприяє зростанню рівня їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках та забезпеченню економічної та продовольчої безпеки держави.

Список використаних джерел

1. Бакуш К. Теоретичні основи диверсифікації сільськогосподарського виробництва / К. Бакуш // Вісник ЛНАУ. Економіка АПК. – 2010. – № 17 (2). – С. 112 – 119.
 2. Бабышева Е. Сбытовая деятельность и диверсификация производства сельскохозяйственных предприятий / Е. Бабышева // АПК: экономика, управление. – 1997. – № 8. – С. 15-19.
 3. Лупенко Ю. О. Развитие аграрного сектора экономики Украины: прогнозы та перспективи / Ю. О. Лупенко // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015. – С. 30-34. – Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-5.pdf>.
-

УДК 331.5.056

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

**Бибик Є.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка»
Науковий керівник –
Шульга Л.В., кандидат економічних наук, доцент**

Сучасні підприємства діють у середовищі, яке може суттєво впливати на результати господарювання. Тобто розвиток та результативність підприємства залежить від впливу як зовнішніх, так і внутрішніх сил. Важливою умовою успішної діяльності підприємства є обґрунтована оцінка його можливостей з урахуванням умов зовнішнього середовища, що дозволить визначити становище підприємства на галузевому вітчизняному та закордонному ринках.

Досягнення цієї мети можливе лише при наявності оперативної й об'єктивної методики оцінки конкурентоспроможності. Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабною зміною змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

Існують різні підходи до визначення конкурентного середовища. Так, М. Клименко та Т. Омеляненко визначають конкурентне середовище як результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, який визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними [2, с. 148].

Зовнішнє середовище підприємства – це зовнішні інститути та сили, які потенційно впливають на діяльність підприємства та досягнення ним своєї мети. Зовнішнє середовище підприємства в значній мірі є нестабільним та непередбачуваним. А тому забезпечення розвитку підприємства та ефективного його функціонування залежить від своєчасної реакції на зміни в такому середовищі.

М. Х. Мескон виділяє елементи зовнішнього середовища, що здійснюють вплив на розвиток ефективності діяльності підприємства, розрізняючи середовище прямого та опосередкованого впливу. Конкуренти підприємства належать до сфери прямого (безпосереднього) впливу. Це означає, що, по-перше, конкурентне середовище є складовою частиною зовнішнього середовища підприємства, а, по-друге, – воно безпосередньо впливає на його функціонування [4, с. 239].

Г. Азоев відмічає, що конкурентне середовище підприємства найчастіше ототожнюється з його маркетинговим середовищем, що включає сукупність суб'єктів та факторів ринку, які впливають на відношення між продавцем та споживачем продукції. Підприємства аграрної сфери не можна розглядати у відриві від їх взаємозв'язку з постачальниками та пред'явниками попиту. Через призму взаємовідносин між підприємствами найчастіше проявляються зміни, які відбуваються на ринку, тому що саме суперництво є основною рушійною силою ринкових процесів [1, с. 197].

Сучасне ефективне підприємство повинно враховувати в своїй діяльності зміни у зовнішньому середовищі. В іншому випадку збереження ефективного його функціонування та виживання взагалі стає проблематичним. Проблеми виробництва та збуту продукції наростають та посилюються, на них накладаються інші складності: технологічні прориви, зміни в структурі економіки та ринку, відносини між підприємством та державою [3, с. 406].

Проаналізуємо, які маркетингові канали реалізації продукції є пріоритетними для сільськогосподарських підприємств України (табл. 1).

Як свідчать наведені в таблиці 1 дані, структура реалізації сільськогосподарської продукції зазнала значних змін. Так, сьогодні більше половини продукції потрапляє до комерційних посередників, які контролюють експортні, оптові та дрібнооптові товаропотоки та основні доходи від реалізації.

Унаслідок непрозорості збуту продукції цим каналом виникає найбільше цінових і фінансових проблем галузі, мають місце найнижчі ціни на продукцію і найгірша їх кон'юнктура.

Структура реалізації сільськогосподарської продукції, % [6]

Напрями реалізації	Роки									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Переробним підприємствам	96	53	21	25	21	20	15	16	16	13
Видано пайовикам в рахунок орендної плати та майнових паїв	-	-	6	4	3	3	3	2	2	2
Населенню в рахунок оплати праці	2	11	17	4	2	1	1	1	0,3	0,3
На ринку	2	24	37	13	8	8	7	7	5	4,5
За іншими напрямками	-	12	19	54	66	68	74	74	76	80

Виправити подібну ситуацію можна за допомогою, перш за все, бірж. Потрібно відмітити, що кількість укладених угод на біржах на сільськогосподарську продукцію зростає. При цьому кількість агропромислових бірж за 10 років декілька скоротилася. Збільшення укладених угод є позитивним фактором, адже саме біржі є ринковим інститутом, який допомагає виробникам, постачальникам та споживачам забезпечувати себе продукцією за найкращими, об'єктивно визначеними цінами.

Конкурентне середовище для кожного підприємства є об'єктивно обумовленим станом ринку. А кожне підприємство, будучи елементом такого середовища, повинно враховувати та оперативно реагувати на чинники, що його формують.

Отже, можемо зазначити, що категорія конкурентного середовища базується на поняттях конкуренції, конкурентоспроможності підприємства та складових його внутрішнього та зовнішнього оточення, які безпосередньо впливають на розвиток і функціонування підприємства. Конкурентне середовище визначається як міра гармонізації у часі і у просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства в умовах обмеженості ресурсів для задоволення власних потреб на ринку послуг.

Отже, на сьогодні в Україні лишилося мало підприємств, які дійсно витримують конкуренцію на світовому ринку. Це відбувається через брак коштів на технічне оновлення підприємств, підвищення кваліфікації працівників, відсутність стимулу до підвищення продуктивності праці. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників, створення умов і врахування факторів, які можуть сприяти ефективній конкуренції на світовому ринку, мають стати головними пріоритетами державної конкурентної політики.

Список використаних джерел

1. Готра В.В. Підходи щодо формування маркетингової стратегії підприємств // Актуальні проблеми гуманізації управління та регулювання економіки // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – Випуск № 612. – Харків, 2003. – С. 197-205.
 2. Клименко М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: [підручник] / М. Клименко, Т. Омеляненко, Д. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520с.
 3. Мартыненко Н. М. Основы менеджмента: Учебник. / Н.М. Мартыненко – К.: Каравелла, 2011. – 496 с.
 4. Мескон М. Х. Основы менеджмента: Пер. С англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М.: Дело, 2008. – 702 с.
 5. Сільське господарство України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
-

ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Біда Л. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Писаренко В. П., доктор наук з державного управління, доцент

Стратегія розвитку персоналу тісно взаємозв'язана зі стратегією управління персоналом та стратегією управління підприємством. При цьому дві перші стратегії ґрунтуються на третій – стратегії управління підприємством. Запровадження нових напрямів діяльності, зміна курсу підприємства, виходячи з його внутрішніх ресурсів, вимагає в стратегії розвитку персоналу головні акценти змістити на опанування працівниками нових знань, умінь і навичок [2].

В. Савченко під розвитком персоналу розуміє «системно організований процес безперервного професійного навчання працівників для їх підготовки до виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників і вдосконалення соціальної структури колективу» [2], а також розвиток стратегічної здібності та лідерських якостей.

Для стратегічно орієнтованих підприємств основними пріоритетами стратегічного розвитку персоналу є [1]:

– розроблення стратегій індивідуального навчання, яке повинно визначати потребу в навчанні, включати планування особистісного розвитку й самонавчання, підтримувати індивідуальне навчання працівників за рахунок консультування керівництва, наставництва, створення навчальних центрів, зовнішніх і внутрішніх тренінгових програм, курсів, які здатні задовольнити як потреби кожного окремого співробітника, так і групи працівників;

– удосконалення організаційного навчання й створення підприємства, що навчається самостійно. Стратегія організаційного навчання спрямована на

розвиток ресурсних можливостей підприємства, формування в працівників чіткого та цілісного бачення стратегічного розвитку підприємства, підтримку стимулювання навчання й інноваційного клімату в колективі;

– покращення адаптивних здібностей, підвищення ділової активності працівників та розвиток їхніх інноваційних якостей;

– управління знаннями (стратегія управління знаннями вважає знання головним ресурсом, заохочення процесу обміну якими дасть змогу налагодити взаємодію між персоналом і забезпечить доступ до інформації для навчання);

– формування інтелектуального капіталу (стратегія розвитку інтелектуального капіталу повинна ґрунтуватися на інформації про наявні можливості та оцінці майбутніх потреб, потім визначати можливості розвитку особливих вмінь і навичок персоналу для задоволення майбутніх потреб підприємства та розробки стратегії навчання працівників);

– покращення якостей управлінського персоналу, розвиток етичної відповідальності, компетентності й «емоційної культури» (саморегуляція, самовизначення, соціальна орієнтація та соціальні вміння й навички дають змогу не тільки визначати власні почуття та почуття оточуючих людей, а й допомагають мотивувати себе й оточуючих керувати власними емоціями та поведінкою, ставленням до інших людей відповідно до норм моралі. Це в сукупності створює етичну компетентність персоналу та «емоційну культуру», які здатні створити сприятливий позитивний клімат у колективі й уникнути конфліктів).

Сучасними технологіями розвитку персоналу також є: стратегії пошуку та управління талантами; стратегічний зв'язок «співробітник-справи підприємства-продукція»; система «Інвестори в людей»; «Електронне навчання (E-learning)».

Таким чином, використовуючи означені напрями стратегічного розвитку персоналу і маючи при цьому ряд переваг (зміцнення відданості співробітників стратегічним цілям підприємства; надбання персоналом знань і професійних навичок, необхідних для забезпечення подальшої ефективної діяльності підприємства; розкриття потенціалу працівників, найбільш повне використання їхніх можливостей, схильностей, знань і навичок; полегшення впровадження інноваційних змін) та адаптуючи їх до виробництва є доволі висока ймовірність для керівництва досягти стратегічних цілей підприємства та ефективного результату діяльності.

Список використаних джерел

1. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня [Електронний ресурс] / С. Бортнік // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки Економіка та управління підприємствами. – № 2, 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://economic-journal.ideil.com/content/files/1j/md/1jmd14goulour19278d83va1ks24lhpk0.pdf>.

2. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] [Електронний ресурс] / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. – Режим доступу до ресурсу: <http://library.if.ua/books/104.html>

СТРУКТУРА ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Біда Л. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Писаренко В. П., доктор наук з державного управління, доцент

Кожне підприємство функціонує за певної чисельності персоналу, основного ресурсу, який має необхідний фізичний розвиток, знання, практичні навички для управління виробництвом, якісного і своєчасного виконання передбачених технологією робіт, які об'єднані певним чином та діє цілеспрямовано для досягнення цілей підприємства та особистих цілей.

Залежно від умов найму працівників сільськогосподарського класифікують за такими категоріями [1]:

- постійні працівники (засновники підприємства та працівники прийняті на роботу по найму на тривалий термін);
- тимчасові працівники (зараховуються до колективу на короткий термін);
- сезонні працівники (зараховуються до складу трудового колективу на термін від двох до шести місяців для виконання сезонних робіт).

Залежно від функцій, які виконують працівники на сільськогосподарському підприємстві, вони поділяються на такі групи [1]:

- персонал, зайнятий у сільськогосподарському виробництві (персонал основної діяльності – рослинництво, тваринництво, садівництво та працівники транспорту, що обслуговує сільськогосподарське виробництво);
- персонал, зайнятий у підсобних промислових виробництвах (працівники переробних цехів, столярень, працівників майстерень по ремонту техніки та працівників транспорту, що обслуговують промислове виробництво);
- персонал, зайнятий в обслуговуючих виробництвах (працівники складів, матеріально-технічного постачання, будівельники та працівники транспорту, які обслуговують неосновне виробництво і непромислове виробництво (комунальне господарство)).

Залежно від характеру виконуваних функцій, персонал сільськогосподарського підприємства поділяється здебільшого на такі категорії [2, 3]:

- керівники (директори (генеральні директори), начальники, завідувачі; у структурних одиницях та підрозділах: головний бухгалтер, головний інженер, головний механік тощо), а також заступники перелічених керівників підприємств та їхніх структурних підрозділів);
- професіонали (працівники, що виконують спеціальні інженерно-технічні, економічні та інші роботи: інженери, економісти, бухгалтери, нормувальники, адміністратори, юрисконсульти, соціологи тощо),

- фахівці (працівники, які мають достатній досвід практичної роботи – агенти, техніки, інспектори з кадрів тощо);

- технічні службовці (працівники, що здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування – діловоди, обліковці, архіваріуси, агенти, креслярі, секретарі-друкарки, стенографісти тощо);

- робітники (персонал, безпосередньо зайнятий у процесі створення матеріальних цінностей, а також зайнятий ремонтом, переміщенням вантажів, перевезенням пасажирів, наданням матеріальних послуг та ін. Окрім того, до складу робітників включають двірників, прибиральниць, охоронців, кур'єрів, гардеробників).

При здійсненні господарської діяльності важливе значення має розподіл персоналу сільськогосподарського підприємства за професіями (особливий вид трудової діяльності, здійснювання якої потребує відповідного комплексу теоретичних знань та практичних навичок) та спеціальностями (різновид трудової діяльності в межах даної професії, який має специфічні особливості й потребує від працівників додаткових (спеціальних) знань і навичок), які в свою чергу відрізняються рівнем кваліфікації [2, 3]:

- керівники, професіонали, фахівці та технічні службовці характеризуються рівнем освіти, досвідом роботи на тій чи іншій посаді. Відрізняють працівників найвищої кваліфікації (мають наукові ступені та звання), працівників вищої кваліфікації (мають вищу спеціальну освіту та значний практичний досвід), працівників середньої кваліфікації (середня спеціальна освіта та певний практичний досвід), працівників – практиків (працівники, які обіймають відповідні посади, наприклад, інженерні та економічні, але не мають спеціальної освіти);

- робітників за рівнем кваліфікації поділяють на чотири групи: висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані й некваліфіковані. Вони виконують різні за складністю роботи і мають неоднакову професійну підготовку.

Визначеним категоріям працівників на підприємстві надається відповідна посада згідно із штатним розписом (внутрішнім нормативним документом підприємства, в якому зазначається перелік посад, що є на даному підприємстві, чисельність працівників за кожною з них і розміри їхніх місячних посадових окладів).

Таким чином, усі працівники які своєю працею беруть участь у господарській діяльності сільськогосподарського підприємства на основі трудового договору (контракту чи угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством, становлять трудовий колектив [4], який при достатній кваліфікації та мотивації створює ефективно діючі на підприємстві системи менеджменту, маркетингу, фінансів та здійснює вплив на кінцеві результати діяльності підприємства, і є мотиватором для формування стратегії розвитку як підприємства так і стратегії розвитку персоналу.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: [підручник] / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид., доп. і перероблене. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Економіка, підприємництво і менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://pidruchniki.com/80375/ekonomika/ekonomika_i_pidpriyemnitstvo_menedzhment
3. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://jobs.ua/ukr/dkhp/vipusk-1>
4. Шваб Л. І. Економіка підприємства [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2004. – 568 с.

СУЧАСНА КАДРОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

**Біда Л. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Писаренко В. П., доктор наук з державного управління, доцент**

Для підприємств, що працюють в ринковому середовищі, яке має свої ознаки та особливості, ринкова політика ставить цілий ряд принципових завдань та цілей щодо ефективного використання кадрового потенціалу. Тому, щоб досягти вирішення цих завдань та цілей, необхідно мати чітко визначену саму політику підприємства та відповідно до неї і кадрову політику підприємства.

Політика підприємства – сукупність правил, відповідно до яких веде себе система в цілому і за якими діють люди, що входять в цю систему [2], як в зовнішньому так і в внутрішньому середовищі підприємства.

Політика підприємства має змогу чітко і наочно продемонструвати погляди адміністрації, переконати персонал у її добрих намірах, поліпшити взаємодію учасників зовнішнього та внутрішнього середовища, раціоналізувати процес прийняття кадрових рішень, поліпшити морально-психологічний клімат.

Термін «кадрова політика» має широке і вузьке тлумачення [2]:

– у широкому – система правил і норм (які повинні бути усвідомлені і певним чином сформульовані), що призводять людський ресурс у відповідність зі стратегією фірми (звідси впливає, що всі заходи щодо роботи з кадрами: відбір, складання штатного розкладу, атестація, навчання, просування – заздалегідь плануються і погоджуються з загальним розумінням цілей і завдань організації);

– у вузькому – набір конкретних правил, побажань і обмежень у взаєминах людей і організації. У цьому сенсі, наприклад, слова: «Кадрова політика нашої фірми полягає в тому, щоб брати на роботу людей тільки з вищою

освітою» – можуть використовуватися як аргумент при рішенні конкретного кадрового питання.

Кадрова політика знаходить своє відображення в наступних загальнокорпоративних документах [3]:

- меморандумах;
- правилах внутрішнього розпорядку;
- колективному договорі.

Кожне підприємство розробляє власні принципи кадрової політики, враховуючи звичайно необхідність загальних принципів, а саме: справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність і відсутність дискримінації.

Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації.

Сучасна кадрова політика здійснюється стратегічними та оперативними системами управління. До завдань кадрової стратегії входить: підвищення престижу підприємства, дослідження морального клімату всередині підприємства, значимість персоналу та аналіз перспектив розвитку потенціалу робочої сили в певному регіоні, вдосконалення та попередження причин звільнення з роботи, філософія підприємства відносно працівників та ін. Так, робота в складі успішного колективу може бути додатковим стимулом, що сприяє стабільній продуктивній роботі і задоволеності працею.

Кадрова політика на підприємстві майбутнього, на думку західних фахівців, повинна будуватися на наступних принципах [1]:

- повна довіра до працівника і надання йому максимальної самостійності;
- у центрі економічного управління повинні бути не фінанси, а людина і його ініціатива, так званий людиноцентризм;
- результат діяльності підприємства визначається ступенем згуртованості колективу;
- максимальне делегування функцій управління працівникам;
- необхідність розвитку мотивації працівників.

Всі ці напрями «ідеальної» кадрової політики навряд чи можна виявити в будь-якому конкретному підприємстві. Нажаль стан економічної кон'юнктури, ситуація на ринку праці демонструють складні умови як для підприємства так і для працівників.

Список використаних джерел

1. Балабанова, Л. В. Управління персоналом : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ : ЦУЛ, 2011. – 467 с.

2. Вікіпедія – Вільна енциклопедія. Кадрова політика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0

3. Шваб Л. І. Економіка підприємства [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Шваб. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.

ЧИННИКИ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*Біленко Д. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Снітко О. П., кандидат технічних наук, доцент*

Аграрний сектор України – важливий локомотив розвитку економіки. Сільське господарство нашої країни функціонує і розвивається в досить складних політико-економічних умовах. Перед сільськогосподарськими товаровиробниками постійно постає питання пошуку джерел фінансування виробничо-господарської діяльності, резервів оновлення матеріально-технічного забезпечення. Наразі суб'єкти господарювання даної галузі суттєво відчувають гостру нестачу фінансових ресурсів.

Тому з метою ефективного розвитку аграрний сектор потребує значних інвестиційних надходжень. Доцільно зазначити, що дана галузь народного господарства має потужний природно-ресурсний потенціал, що сприяє підвищенню її інвестиційної привабливості, але характер змін, які постійно відбуваються в економіці, створює сприятливі умови для виникнення ризиків, характерних для зниження пріоритетності інвестиційної діяльності в Україні.

Згідно з Законом України «Про інвестиційну діяльність», інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, внаслідок чого створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект [4].

Інвестиційна діяльність здійснюється на основі:

1. Інвестування, здійснюваного громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, спілками і товариствами, а також громадськими і релігійними організаціями, іншими юридичними особами, заснованими на колективній власності;

2. Державного інвестування, зокрема державної підтримки реалізації інвестиційних проектів, здійснюваного органами державної влади за рахунок коштів бюджетів, позабюджетних фондів і позичкових коштів, а також державними підприємствами, установами за рахунок власних і позичкових коштів;

3. Інвестування, здійснюваного органами місцевого самоврядування;

4. Іноземного інвестування, здійснюваного іноземними громадянами, юридичними особами та державами;

5. Спільного інвестування, здійснюваного громадянами та юридичними особами України, іноземних держав [4].

Інвестування в аграрний сектор економіки нашої країни – актуальне питання, яке знаходиться в межах широкого кола інтересів зарубіжних і вітчизняних інвесторів.

Інвестори, що виявляють зацікавленість до сільського господарства України, володіють багатим досвідом роботи в інших країнах, який можливо застосувати. Головним фактором привабливості для них є земля, яка в Україні істотно виграє за якістю й вимагає у два-три рази менше добрив і техніки на гектар, аніж європейський ґрунт. Застосування технологій, апробованих у Європі, в даних умовах дасть максимальний і швидкий ефект [2, с. 278].

У сучасних умовах господарювання помітною стає тенденція зниження інвестиційної привабливості економіки України. Така ситуація складається внаслідок комплексної взаємодії негативних чинників на інвестиційне середовище (рис. 1).

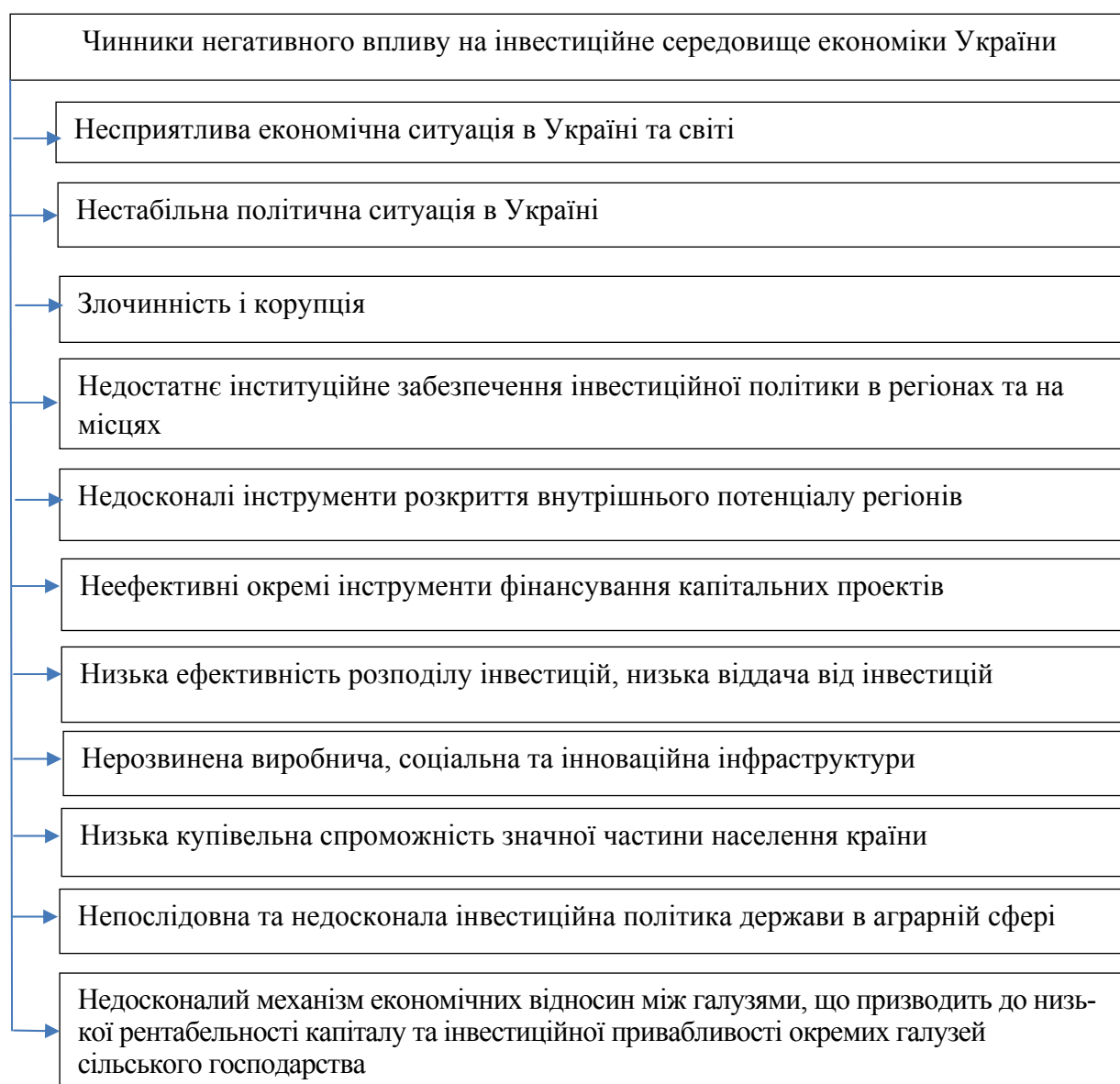


Рис. 1. Чинники негативного впливу на інвестиційне середовище економіки України [3, с. 136]

Враховуючи факт, що сільське господарство є основою продовольчої безпеки країни, необхідно реалізувати відповідні вдосконалення на кожному рівні управління інвестиційною діяльністю.

На державному рівні необхідно вдосконалити законодавчо-нормативну базу інвестиційної діяльності; впровадити ряд новацій, спрямованих на підтримку підприємств, які самофінансують інвестиційні процеси; змоделювати фундаментальну основу інформаційного супроводу інвестиційних процесів; розробити та впровадити дієві заходи з метою зниження ризиків, які характерні для інвестиційної діяльності України [1, с. 63].

На регіональному рівні потрібно покращити інфраструктуру сільських територій; удосконалити інструменти координації сільськогосподарських підприємств з потенційними інвесторами; створити умови для формування сприятливого інвестиційного клімату; здійснити заходи щодо усунення чинників на регіональному рівні, що знижують інвестиційну активність; створити регіональний центр консультування інвесторів, зацікавлених осіб в інвестиційному процесі; сприяти співпраці бізнесу з науковими установами.

Сільське господарство – важлива складова економіки країни. На сьогодні підприємства даної галузі відчують нестачу власних фінансових ресурсів для оновлення матеріально-технічного забезпечення. Одним із напрямків технічного переоснащення суб'єктів господарювання аграрної сфери є інвестиційна діяльність. Дія негативних чинників в політико-економічному соціумі країни призводить до утворення ризиків для інвестиційної діяльності. Відповідно, в умовах державного та регіонального дефіцитів фінансових ресурсів сільськогосподарські підприємства самофінансують капітальні інвестиції. Тому з метою підвищення інвестиційної привабливості та вдосконалення інвестиційної політики в країні необхідно впровадити відповідні вдосконалення на рівні держави, регіону та підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гаврилюк О. В. інвестування в агросектор : ідентифікація та напрями усунення перешкод / О. В. Гаврилюк, Ю. О. Лупенко // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 63–68.
 2. Івченко Л. В. Шляхи залучення додаткових капітальних інвестицій / Л. В. Івченко // Фінанси, облік і аудит. – 2016. – № 19. – С. 278–285.
 3. Назаренко І. М. Аналіз інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств регіонів України / І. М. Назаренко // Проблеми економіки. – № 4. – 2015. – С. 136-143.
 4. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-ХІІ [електронний ресурс]. – режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua>.
-

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

**Ботько С.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Махмудов Х.З., доктор економічних наук, професор,
професор кафедри підприємництва і права**

В роботі з кадрами керівництво підприємства орієнтується в першу чергу на ефективність необхідних матеріальних і фінансових затрат та організа-

ційних зусиль. Тому теорія і методологія управління персоналом повинна приділяти більше уваги проблемі оцінки ефективності управління результативністю праці, що має важливе теоретичне і практичне значення.

Ефективність означає результативність. Економічна ефективність – це отримання більших результатів при тих же затратах або зниження затрат при отриманні того ж результату. Отже, необхідно перш за все з'ясувати, що являють собою затрати і що слід розуміти під економічним ефектом. Кібанов А. Я. [2, с. 285] так визначає затрати на вдосконалення системи управління персоналом: це видатки, що діляться на одноразові та поточні, і складають значні розміри. Тому їх необхідно враховувати при оцінці економічної ефективності вдосконалення системи управління персоналом організації. Одноразові затрати включають наступні складові:

- затрати, пов'язані з розробкою та освоєнням організаційного проекту, капітальні вкладення в управління, пов'язані з проведенням заходів;
- додаткові капітальні вкладення у виробництво, викликані проведенням заходів;
- капітальні вкладення при використанні продукції, виробленої після проведення заходів.

У поточні річні затрати входять: основна та додаткова заробітна плата; відрахування на соціальне страхування; витрати на відрядження, службові поїздки; на утримання легкового транспорту (ремонт і амортизація); канцелярські і типографні, поштово-телеграфні і телефонні; на утримання та експлуатацію приміщень; ЕОМ і оргтехніки; витрати на заробітну плату за весь час навчання та інші. Поточні витрати розраховуються по кожній статті витрат, що змінюється в результаті різних заходів.

Крім затрат на робочу силу при оцінці економічної ефективності управління персоналом використовується показник ефекту від цієї діяльності. Додатковий результат від виробничої діяльності являє собою джерело ефекту.

Загальний кінцевий ефект можна розрахувати як деяку загальну величину всіх результатів (наприклад, приріст об'єму виробництва, виручки від реалізації і т. д.) або як суму окремих ефектів від реалізації конкретних міроприємств (напрямоків кадрової роботи).

Ефект відображається, на думку Маслова Є.В., у вигляді:

- збільшення випуску продукції внаслідок росту продуктивності праці, підвищення її якості;
- задоволення працею, особливо якщо робота з кадрами будувалась з урахуванням соціальних моментів в трудових відносинах (ефект може виявлятися також у підвищенні продуктивності праці);
- відносної економії засобів при скороченні термінів навчання завдяки підбору професійно орієнтованих робітників [1, с.179].

В управлінні персоналом проблема співставлення витрат та результатів в оцінці економічної ефективності потребує конкретизації і перш за все необхідно з'ясувати, що слід оцінювати:

- досягнення визначеного результату діяльності за допомогою спеціально підбраного, навченого і мотивованого колективу підприємства, сформованого в результаті реалізації вибраної кадрової політики;

- досягнення цілей, поставлених перед системою управління персоналу, з мінімальними затратами засобів;

- вибір найбільш ефективних методів управління, що забезпечують результативність самого процесу управління.

Загальний економічний ефект можна розглядати як результат тільки виробничої діяльності або як результат всієї господарської діяльності підприємства. В першому випадку економічним ефектом є вироблена продукція у натуральному і грошовому вираженні (валова, товарна, чиста продукція). В другому випадку приймається до уваги не тільки виробництво продукції, а і її збут, реалізація. Продукція повинна бути виражена у поточних цінах, що дозволяє порівнювати результат з витратами.

Таким чином, підвищення ефективності може бути досягнуто або шляхом скорочення витрат, або за рахунок більш повільних темпів збільшення затрат порівняно з темпами росту результату, коли збільшення останнього досягається за рахунок кращого використання власних ресурсів.

Ефективність характеризує не тільки результативність діяльності, а і її економічність, тобто досягнення визначеного результату із мінімальними затратами. Звідси слідує, що при оцінці системи управління як такої можуть бути використані показники не тільки продуктивності праці, але і економічності самої системи.

Як відомо, система управління персоналом покликана впливати на трудовий потенціал з метою зміни його параметрів у потрібному для підприємства напрямку. Шляхи вирішення цієї задачі різні, але правильно вибраний шлях забезпечить економію засобів, тобто ціль буде досягнута з меншими затратами.

Оскільки за допомогою управлінського впливу прагнуть забезпечити визначений рівень показника, що характеризує стан трудового потенціалу, то ефект управління можна оцінити ступінь наближення фактичного стану трудового потенціалу запланованому, або різницю між попереднім та новим рівнем показника.

Список використаних джерел

1. Махсма М. Б. Економіка праці та соціально-трудові відносини. [навчальний посібник] / М. Б. Махсма. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2014. – 188 с.

2. Рябоконт М. Сучасні проблеми формування вітчизняного кадрового потенціалу / М. Рябоконт // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – № 4. – С. 173 – 180.

РОЛЬ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА

**Бражник А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент**

Одним із важливих завдань сучасного бізнесу виступає ефективна система управління часом. Саме час та кадри відповідають за високу продуктивність праці, а надмірна зайнятість, постійний стрес, викликаний дефіцитом часу, знижують її. У ринкових умовах, які постійно змінюються, треба гнучко реагувати та вміло і раціонально використовувати робочий час. Тому роль тайм-менеджменту в професійній діяльності керівника сьогодні є актуальною, оскільки вміле використання даного інструменту формування часової компетенції керівника, дозволить підвищити продуктивність праці та укріпити свої позиції на ринку.

Управління часом для керівників є необхідною умовою їх праці: робота з персоналом потребує великої уваги, зосередженості, бо від цього залежить ефективність діяльності всього підприємства. Управління часом і управління роботою – питання, тісно пов'язані з самодисципліною, розглядом яких займається тайм-менеджмент [3, с. 96].

Тайм-менеджмент – це галузь менеджменту, основною метою якого є виявлення та впровадження методів і принципів ефективного управління часом, що динамічно розвивається. Основне його завдання не в тому, щоб встигати робити якнайбільше, а в тому, щоб робити найголовніше – те, що дійсно потрібно зробити [5, с. 203].

Тайм-менеджмент в професійній діяльності керівника допомагає ефективніше здійснювати управлінську діяльність. Аналіз сучасної літератури з проблем управління часом дозволяє згрупувати методики та інструменти тайм-менеджменту в п'ять великих груп: інструменти діагностування наявності особистих проблем в управлінні часом; методики планування часу задля досягнення оптимальних результатів; підходи до найкращої організації робочого та життєвого простору; способи управління власними діями та вчинками; найкращі способи постійного самовдосконалення [4, с. 171].

Часова компетентність керівника передбачає володіння ним уміннями та навичками ефективного планування і використання робочого часу, об'єктивної оцінки витрат при здійсненні функціональних обов'язків, створення певного алгоритму для досягнення мети і завдань відповідно до часового ресурсу, постійного вдосконалення професійної компетентності, оптимального співвідношення роботи і відпочинку, мотивації, самоорганізації, самоконтролю, і як наслідок, саморозвитку [2].

До часової компетентності керівника відносять три найважливіші складові: усвідомлення часу, емоційне переживання часу і організація часу в професійній діяльності, що в комплексі забезпечує емоційну стабільність, стресостійкість та самореалізацію.

Методика впровадження тайм-менеджменту вимагає від керівника підприємства високої особистої організаційної готовності до постійного аудиту і контролю своєї поточної і перспективної діяльності, хронічної організаційної напруги, управлінської досконалості.

У науковій літературі визначають наступні структурні елементи управління часом:

- інвентаризація часу (за кілька робочих днів задля аналізу власного робочого стилю і виявлення причин появи дефіциту часу);

- постійний аналіз використання часу, виявлення непродуктивності його витрат;

- систематичне планування робочого часу, робота над щоденними, щотижневими, місячними, квартальними й іншими видами планів;

- постійне розмежування та узгодження виробничих та особистісних планів;

- вироблення поважного ставлення до часу [1].

Раціоналізація діяльності керівника підприємства може бути підвищена засобами використання певних технологій тайм-менеджменту. Широкої світової практики здобули, зокрема, такі технології ефективного використання часу як технологія цілепокладання «SMART», «Дерево цілей», система Франкліна, принцип Ейзенхауера, АБВГД-аналіз, принцип Парето, «АВС-аналіз» та інші.

Формування таких часових компетенцій для керівників підприємства та їх підлеглих можливе на основі реалізації в системі підвищення кваліфікації керівників спеціальних програм навчання тайм-менеджменту, шляхом надання корпоративних консультацій або через впровадження системи персонального тренера (коучера) [4, с.172].

Отже, для досягнення успіху керівникам підприємства необхідно постійно підвищувати ефективність – власну та своїх підлеглих. Тільки навчившись ефективно організовувати свій робочий день, керівник може вимагати того ж від членів колективу. Грамотно побудована та організована управлінська діяльність має позитивний вплив на діяльність підприємства та дозволяє отримувати конкурентні переваги на ринку. Тому послідовне застосування в практиці діяльності технологій тайм-менеджменту, дозволяє керівникові значно підвищити продуктивність і результативність своєї повсякденної діяльності.

Список використаних джерел

1. Алюшина Н. О. Тайм-менеджмент: Мистецтво планувати та управляти своїм часом / Н. О. Алюшина. – К. : Національна академія державного управління при Президентові України, 2008. – 119 с.

2. Гаврилюк А. М. Тайм-менеджмент як складова успішної комунікативної взаємодії в індустрії туризму України [Електронний ресурс] / А. М. Гаврилюк, Х. В. Плечан // Ефективна економіка. – 2016. – № 1. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/14.pdf

3. Журавльова Х. К. Підвищення ефективності використання робочого часу керівника за допомогою тайм-менеджменту / Х. К. Журавльова // Управління розвитком. – 2013. – № 20. – С. 96-98.

4. Мотіна Н. І. Тайм-менеджмент як інструмент формування часової компетенції керівника навчального закладу та його підлеглих / Н. І. Мотіна // Витоки педагогічної майстерності [Текст]: збірник наукових праць Полтавського національного педагогічного університету ім. В. Г. Короленка ; [ред. кол.: М. І. Степаненко, А. М. Бойко, М. В. Гриньова та ін.]. – Полтава, 2010. – Вип. 7. – С. 170-174.

5. Кучер Л. Р. Тайм-менеджмент як засіб підвищення ефективності діяльності керівника / Л. Р. Кучер // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 5 (43). – С. 203-205.

СТАН СКЛАДАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-РОЗПОРЯДЧИХ ДОКУМЕНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Булах О. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Осташова В. О., кандидат юридичних наук, доцент**

Підприємництво є важливою ланкою економіки країни, основою її економічного розвитку. Документаційне забезпечення діяльності підприємств, що, на нашу думку, сьогодні знаходиться на низькому рівні, не відповідає критеріям оцінки якості документування, потребує вдосконалення. Серед критеріїв, яким на сьогодні не відповідає документаційне забезпечення діяльності підприємств, треба виділити правомірність (відповідність чинному законодавству, правильність оформлення), технологічність (приспосованість форм документів для машинної обробки на робочому місці), системність (комплексність раціоналізації документообігу), оперативність (мінімальне пролежування документа) [1, с. 174].

Всі документи, що належать до організаційно-розпорядчої системи документації, можна поділити на такі групи:

- розпорядчі: постанови, розпорядження, доручення, вказівки, накази, рішення;
- організаційні: статuti, положення, правила, інструкції;
- довідково-інформаційні: акти, протоколи, доповідні записки, службове листування, телеграми, телефонограми, телефакси.

Наказ є основним документом, що забезпечує розпорядчу діяльність переважної більшості підприємств, установ і організацій України, і саме тому він потребує поглибленого дослідження з наукової точки зору. За результатами документознавчого аналізу цього виду документа нами з'ясовано класифікацію наказів за їх функціональним призначенням, підстави для видання наказів, основні етапи створення наказів, склад реквізитів наказу та особли-

вості їх оформлення, а також спільне та відмітне у оформленні різних видів наказів [2, с. 84].

Якщо на підприємстві не налагоджена чітка робота з документами, то як результат погіршується і саме управління, оскільки воно залежить від якості, достовірності, оперативності приймання – передачі інформації, налагодження довідково-інформаційної служби, чіткої організації пошуку.

Для формування власного враження про ведення документації у ВП «Перше травня» ТОВ Агрофірма «Хорольська» нами було проведено аналіз деякої документації, що зберігається у відділі кадрів підприємства. У результаті дослідження нами було виявлено ряд недоліків, що представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз помилок, яких припускаються працівники відділу кадрів при веденні документообігу у ВП «Перше травня» ТОВ Агрофірма «Хорольська», станом на 28.03.2017 р.

Види локальних нормативних актів та документів-регламентів	Тип помилки
1	2
Штатний розпис, колективний договір, правила внутрішнього трудового розпорядку, положення про оплату праці, положення про структурні підрозділи, посадові інструкції	відсутність деяких локальних нормативних актів або неправильне їх оформлення
Трудові договори	помилки у змісті трудового договору і порядку його оформлення (зокрема, працівники відділу кадрів іноді не розуміють різниці між звичайним строковим трудовим договором і сезонною та тимчасовою роботою, а також плутають трудові договори з цивільно-правовими)
Накази про прийняття на роботу	– неправильне оформлення на роботу; – відсутність необхідних документів для працевлаштування; – недотримання правил встановлення випробування; – змішування понять «сумісництва» і «суміщення», «переведення» і «переміщення»
Накази про звільнення з роботи	неправильний порядок звільнення працівників з роботи, особливо з ініціативи роботодавця
Трудові книжки	– невідповідність назви професій в штатному розписі та трудовій книжці працівника діючому державному класифікатору професій та обрання невірному способу виправлення цієї помилки; – невнесення окремих записів до трудових книжок працівників або їх невідповідність вимогам законодавства; – відсутність обліку руху трудових книжок та незабезпечення належних умов їх зберігання
Графік відпусток, накази про відпустки працівників	порушення, пов'язані з наданням відпусток (відсутність або формальність графіка відпусток, надання відпусток маленькими частинами, оформлення відпусток неналежним чином)

1	2
Інші документи	<ul style="list-style-type: none"> – порушення в оформленні та оплаті вихідних, святкових і неробочих днів, а також надурочних робіт; – недотримання норм тривалості робочого часу, складання графіків роботи та ведення табелів обліку використання робочого часу з порушенням законодавства; – непроведення у необхідних випадках атестації робочих місць та атестації працівників; – порушення процедури встановлення неповного робочого часу

Покращення системи документообігу прямо впливає на рівень отриманого прибутку підприємства. Але використання необхідних інструментів оптимізації документообігу на підприємствах гальмується, насамперед, через брак відповідного методичного забезпечення, високу вартість інформаційного забезпечення при впровадженні електронного документообігу та недостатню кваліфікацію працівників.

Список використаних джерел:

1. Ткач Л. М. Проблеми документального забезпечення діяльності підприємств [Електронний ресурс] / Л. М. Ткач, Є. С. Акінцева // Молодий вчений. – 2016. – № 1(1). – С. 174-177. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1\(1\)_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1(1)_42)

2. Загорецька О. Наказ як основний розпорядчий документ організації: документознавчий аналіз [Електронний ресурс] / Олена Загорецька // Студії з архівної справи та документознавства. – 2008. – Т. 16. – С. 84-89. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/sasd_2008_16_11

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

**Бурий Є.І.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Маркіна І.А., доктор економічних наук, професор**

Сучасний етап розвитку економіки характеризується посиленням міжнародної, глобальної конкуренції, прискоренням економічних процесів, ускладненням структур управління підприємств внаслідок розширення масштабів їх діяльності. В сучасних трансформаційних умовах формується стійка тенденція до збільшення частки витрат підприємства, що істотно знижує його конкурентоспроможність і приводить до фінансових труднощів. У свою чергу, все це зумовлює необхідність постійного розвитку облікових систем суб'єктів господарювання шляхом вдосконалення застосовуваних підходів, методів, методик та інструментів збору, обробки та систематизації інформації про витрати з метою забезпечення відповідності її характеристик вимогам, що висуваються користувачами.

Процес еволюції теоретичних напрацювань в сфері обліку витрат деякі автори [1, с. 83] пов'язують їх з кризами релевантності облікової інформації – періодами, коли цілі і завдання обліку змінювалися, внаслідок змін економічної реальності, а методи обліку витрат надавали інформацію, орієнтовану на застарілі цілі і завдання. Кризи релевантності слугували поштовхом до зміни парадигмальних теорій в сфері обліку витрат, стали періодами революційних змін, зламу старих, пошуку і появи нових теорій обліку витрат, методика яких дозволяла б досягати поставлених системою обліку цілей (рис. 1.1).

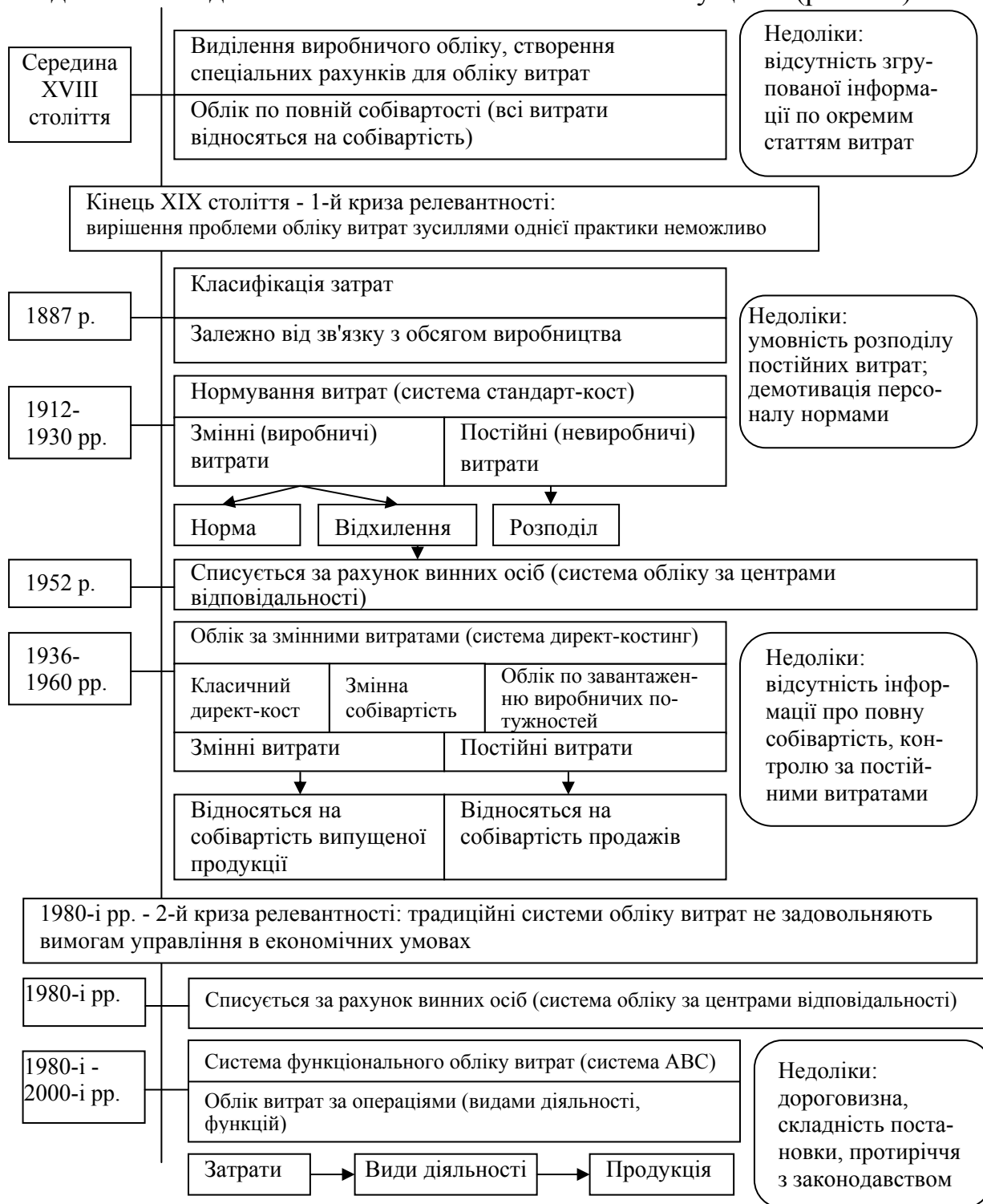


Рис. 1. Історичний розвиток підходів до обліку витрат підприємства

В даний час популярною технологією обліку витрат підприємства є бюджетування. Будучи складовою частиною однієї з основних функцій управління – планування, бюджетування або традиційне кошторисне планування проводиться як за традиційними напрямками – видам діяльності, статтями і елементами витрат, так і за нетрадиційними – операціями, процесам, поставальникам, клієнтам тощо. Серед сучасних підходів до обліку витрат організації значну популярність отримала «Система збалансованих показників» або «BSC», заснована на управлінні ключовими бізнес-процесами, закріпленими за центрами відповідальності підприємства відповідно до поставлених цілей, кількісно і якісно виражених в цільових значеннях оціночних показників в розрізі чотирьох проекцій: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання і зростання [2].

Розглянувши основні підходи до обліку витрат і управлінські технології як традиційні так і сучасні, доцільно зробити висновок, що сьогодні актуальні методики стратегічної спрямованості управління витратами, підвищення якості розглянутих технологій, що сприяють точному і раціональному обліку і розподілу витрат.

Список використаних джерел

1. Воронова Е. Ю. Взаимосвязь управленческого и финансового учета / Е. Ю. Воронова // Аудиторские ведомости. – 2009. – № 11. – С. 81-87.
 2. Ткаченко А. М. Основні підходи до класифікації виробничих витрат підприємства / А. М. Ткаченко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2010. – Вип. 41. – С. 234-241.
-

НОВІТНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Василенко М. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –**

Воронько-Невіднича Т. В., кандидат економічних наук, доцент

Конкуреноспроможність підприємства на ринку є однією із ключових умов для «виживання» та нормального функціонування організації та її структур. Але перед тим, як братися за зміну систем управління, виробництва і перебудови всіх ланцюгів, варто правильно оцінити стан організації на ринку на даний момент. Залежно від об'єкта дослідження цей термін необхідно розрізняти як конкурентоспроможність продукції та конкурентоспроможність підприємства. Ураховуючи ієрархічність цих понять Л. С. Кобилянський зазначає, що конкурентоспроможність товару є проявом конкурентоспроможності підприємства, а конкурентоспроможність підприємства відбиває конкурентоспроможність країни взагалі [1, с. 107]. Тому, більш важливої, як з мікро так і з макроекономічних позицій є конкурентоспроможність підприємства [2, с. 78].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [3, с. 94].

Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дозволяє:

- сформулювати управлінські завдання: визначення підходів до виробництва, технології маркетингу, трудових ресурсів, фінансування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення;

- прийняти управлінське рішення: зменшення витрат, фокусування на конкретний сегмент ринку, укладання контрактів;

- розробити заходи розвитку конкурентних переваг: впровадження інновацій, наступальні заходи в напрямку закріплення довгострокових переваг, захисні міри в напрямку попередження дій учасників, розробка програми виходу на нові ринки, залучення коштів інвестора;

- адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, що в результаті дає перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту.

Наразі в Україні немає загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, а закордонний досвід, який викладено в науковій літературі, адаптований для цих країн.

Кожне підприємство оцінює свою конкурентну позицію своєю методикою, а суть ефективність та результати її застосування не афішує [3, с. 117].

Існуючі методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна класифікувати за двома ознаками, за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства та формою вираження результату оцінки.

У розвинених країнах застосовуються різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, які носять не описовий, а конкретно-економічний, кількісний характер. Це зумовлено тим, що аналізовані показники є кількісним вираженням різних аспектів діяльності підприємства [4, с. 277].

Залежно від ступеня охоплення цих аспектів, методи оцінки доцільно класифікувати на спеціальні і комплексні. Спеціальні методи орієнтовані на аналіз окремих сторін діяльності підприємства (матричні методи, метод оцінки конкурентоспроможності продукції тощо), комплексні (більшість індексних методів) – на всебічний аналіз. Доцільно зазначити, що матричні методи є відособленою великою групою.

Сутність цих методів полягає у маркетинговій оцінці діяльності підприємства. В основі методики – аналіз двовимірних матриць, що будуються за принципом системи координат, де по осі абсцис і осі ординат відображаються зміни двох факторів конкурентоспроможності, що у свою чергу мають прямий взаємозв'язок і впливають один на одне. Перевагою цих методів є простота використання на практиці. Недоліки методів, як процес, так і результат такої оцінки надають досить обмежене уявлення про конкурентоспроможність підприємства через урахування недостатньої кількості факторів, що впливають на її рівень [5].

Графічні методи базуються на побудові багатокутника конкурентоспроможності [3, с. 94]. На радіальних осях циклограми відображаються розраховані показники діяльності досліджуваного підприємства, кількість осей відповідає кількості показників. Значення на осях розміщені рівномірно, за зростанням від центру. Лінія, що з'єднує усі визначені точки, утворює багатокутник конкурентоспроможності.

Таким чином, на сьогодні, кожне підприємство повинно визначитися із власними підходами щодо оцінки рівня конкурентоспроможності продукції і підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. С. Кобиляцький. – К. : Зовнішня торгівля, 2003. – 302 с.
 2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : [монография] / [Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова]. – Х. : ХНЭУ, 2003. – 349 с.
 3. Реутов В. Е. Управление конкурентоспособностью : [монография] / В. Е. Реутов, Н. З. Вельгош. – Симферополь : Таврия, 2005. – 200 с.
 4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: [учеб.] / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.
 5. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень, Одеса, 2013. – Вип. 4. – С. 45-47.
-

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

***Вовковінський Ю. В.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту***

***Науковий керівник –
Маркіна І.А., доктор економічних наук, професор***

В сучасних умовах створення конкурентоспроможного підприємства пов'язане з людськими ресурсами. Організація можливостей сучасного підприємства укладена в нових методах управління і залежить від конкретних працівників, знань, компетенції, кваліфікації, дисципліни, мотивації, здатності вирішувати проблеми, сприйнятливості до навчання. Зазначене обумовлює актуальність проблеми формування ефективної кадрової політики підприємства. У сучасній економічній літературі проблема формування кадрової політики не є принципово новою, проте в практичній роботі кадрових служб підприємств ця проблема залишається складною, що вимагає розвитку теоретичних підходів до розуміння кадрової політики як наукової категорії і визначення основних аспектів її формування та реалізації, що забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємств.

Узагальнюючи існуючий досвід та наопрацювання в зазначеній сфері, доцільно відзначити, що кадрова політика підприємства визначається внутрішніми і зовнішніми елементами (рис. 1) [1].

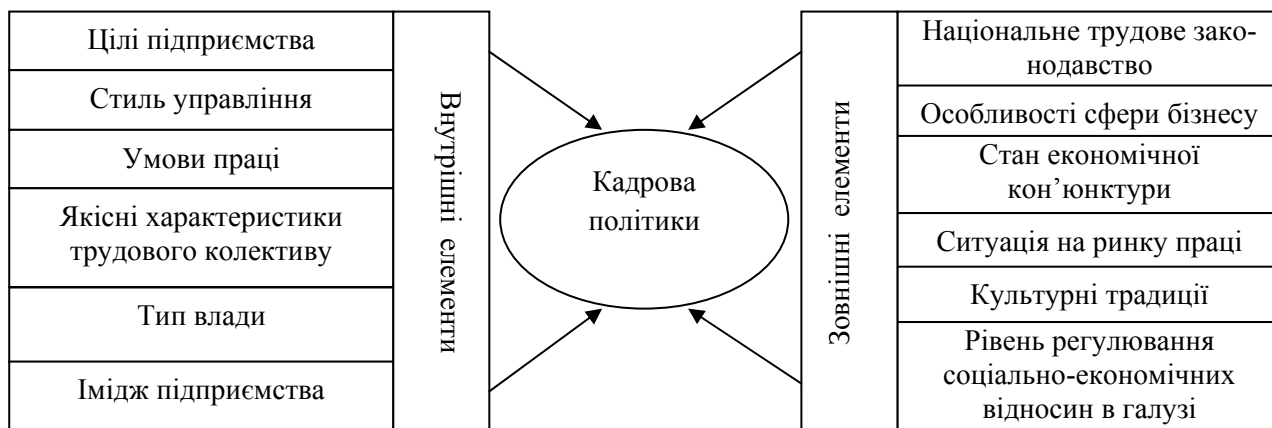


Рис. 1. Система елементів, що визначають кадрову політику підприємства [1]

Внутрішні та зовнішні елементи кадрової політики визначають її головні напрями (рис. 2).

Механізм реалізації кадрової політики підприємства являє собою систему планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних, соціальних, економічних та інших заходів, спрямованих на рішення кадрових проблем і задоволення потреб підприємства в персоналі. Щоб кадрова політика проводилася усвідомлено, то необхідно здійснити ряд етапів по проектуванню кадрової політики [2], зокрема:

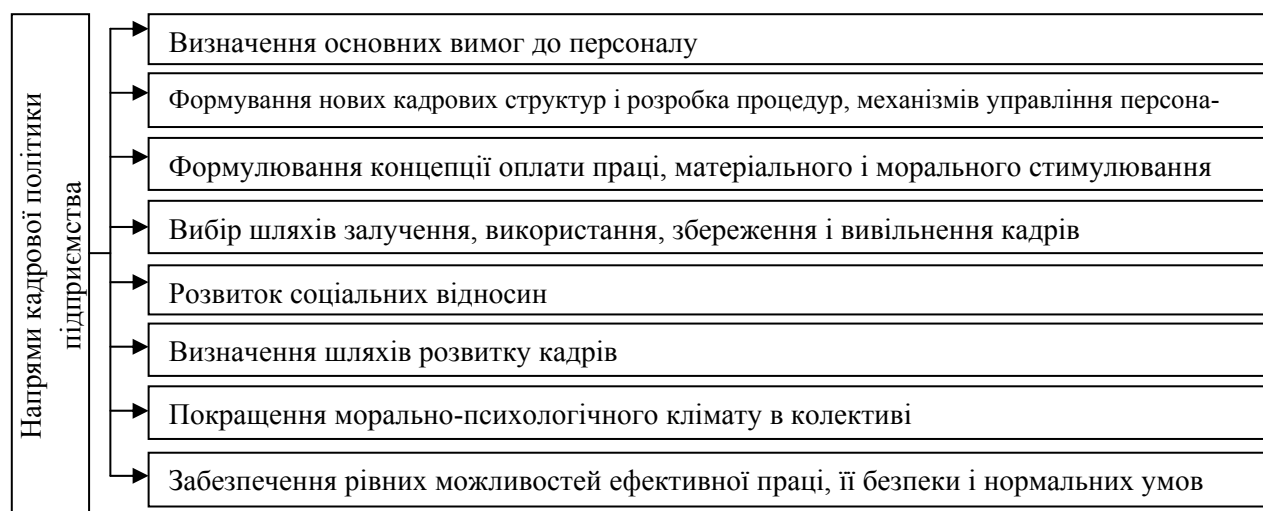


Рис. 2. Напрями кадрової політики підприємства

Етап 1. Нормування. Ціль – узгодження принципів і цілей роботи з персоналом, із принципами і цілями організації в цілому, стратегією й етапом її розвитку. Цей етап передбачає проведення аналізу корпоративної культури, стратегії й етапу розвитку організації, прогноз можливих змін, конкретизація моделі «бажаного співробітника», шляхи його формування і визначення мети роботи з персоналом.

Етап 2. Програмування. Ціль – розробка програм, шляхів досягнення цілей кадрової роботи, конкретизованих з урахуванням існуючих умов і можливих змін ситуації. Побудова системи процедур і заходів щодо досягнення цілей, кадрових технологій, закріплених у документах, формах, і обов’язково з обліком як нинішнього стану, так і можливостей змін.

Етап 3. Моніторинг персоналу. Ціль – розробка процедур діагностики і прогнозування кадрової ситуації. Необхідно виділити індикатори стану кадрового потенціалу, розробити програму постійної діагностики і механізм розробки конкретних заходів для розвитку і використання знань, умінь і навичок персоналу.

У рамках кадрової політики реалізуються кадрові заходи – дії, спрямовані на досягнення відповідності персоналу задачам роботи суб’єкту господарювання, що проводяться з урахуванням конкретних задач етапу розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2003. – 296 с.
 2. Севастьянов Р. В. Кадрова політика підприємства та напрями її вдосконалення / Р. В.Севастьянов, С. А.Ткаченко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zgia.zp.ua>
-

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, СКЛАДОВІ

*Гасанов Р.І.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультет економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Самойлик Ю.В., кандидат економічних наук, доцент*

У діяльності сільськогосподарського підприємства маркетинг відіграє досить важливу роль. При цьому важливе значення має дослідження потреб споживачів. Встановлені потреби зафіксовані в правових нормах, стандартах, приписах, замовленнях, договорах, технічних умовах поставок та інших документах. Прикладами встановлених потреб є вимоги, про які домовляються під час укладення контракту, вимоги законодавства до виконання умов охорони навколишнього середовища або ті, які відносяться до безпеки. Невиконання більшості встановлених вимог призводить до адміністративної та правової відповідальності.

Передбачувані потреби повинні бути виявлені і визначені. Маються на увазі очікування, які ми зазвичай не формулюємо конкретно, але відносимо до стійких побажань (рис. 1).

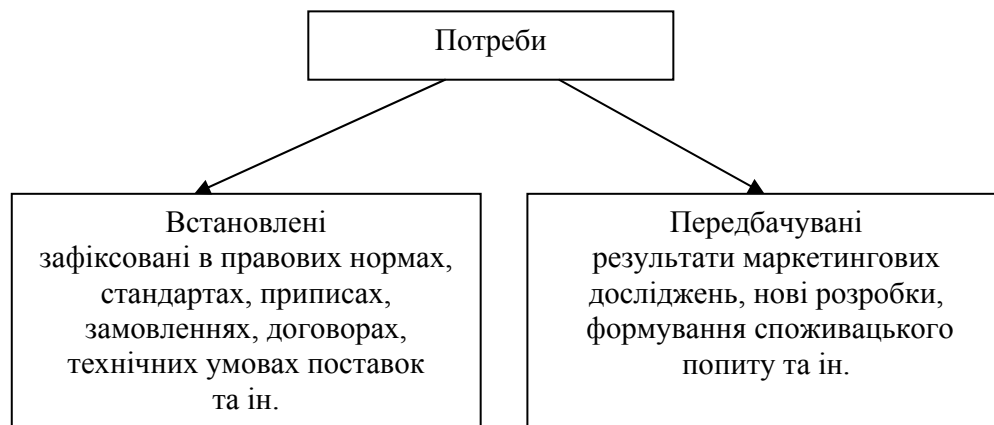


Рис. 1. Встановлені та передбачувані потреби споживачів продукції сільськогосподарського підприємства.

При оцінці маркетингового середовища підприємства доцільно проаналізувати внутрішнього потенціалу та ефективності маркетингу. Оцінюючи маркетингову діяльність сільськогосподарського підприємства, доцільно розглядати комплекс 4Р, який характеризує товарну політику, цінову, політику розподілу та просування продукції (рис. 2).



Рис. 2. Маркетинговий комплекс сільськогосподарського підприємства
Джерело: узагальнено автором на основі [1-3]

Таким чином, маркетингова діяльність сільськогосподарського підприємства включає формування якості товару, асортименту, цінової політики, системи просування продукції. При цьому основні маркетингові зусилля спрямовуються на формування системи збуту.

Список використаних джерел

1. Апопій В.В. Комерційна діяльність : підручник / В.В. Апопій. – Вид. 2-ге, [перероб. і доп.]. – К. : Знання, 2013. – 558 с.
 2. Кочкіна Н.Ю. Маркетингові комунікації як інструмент узгодження економічних інтересів виробника та споживача : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец 08.06.01 «Економіка підприємства і організація виробництва» / Н. Ю. Кочкіна. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – 2014. – 20 с.
 3. Хникін О.В. Конкурентоспроможність галузей промисловості на національному ринку / О.В. Хникін // Економіка України – 2009. – № 3. – С. 11-19.
-

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Григоренко А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Світлична А. В., кандидат економічних наук, доцент*

У сучасних ринкових умовах основним завданням вітчизняних підприємств стає збереження та посилення своїх конкурентних позицій, чого неможливо досягти без злагодженої взаємодії всіх підсистем управління підприємства. Для цього проводиться стратегічне управління, розробляються програми розвитку, які забезпечують довготривале, стійке функціонування суб'єкта господарювання в зовнішньому середовищі. Під впливом зростаючої конкуренції інвестиції та інновації стають основним елементом управління в підприємстві. Нові ідеї, прогресивні технології та організаційні рішення визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність. Тому важливого значення набуває система управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства, орієнтована на довготривалу перспективу та стратегічний успіх.

З метою планування інноваційних процесів доцільно стратегію інновацій розглядати в комплексі з інвестиційною. Стратегія нововведень передбачає об'єднання цілей технічної політики капіталовкладень і спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції, послуг. У цьому розумінні стратегічне управління інноваціями орієнтується на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інвестиційний процес. Науковці виділяють такі стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку, як: стратегію наступу, традиційну стратегію, стратегію за нагодою та змішану стратегію[1, с. 49].

Інноваційно-інвестиційне стратегічне управління вирішує широкий спектр питань планування та реалізації інноваційних проектів і програм, які розраховані на якісні зміни в діяльності організації на ринку, виробництві або соціальній сфері підприємства. Будь-які стратегічні кроки суб'єкта підприємництва мають інноваційне спрямування, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінських сферах. Наприклад, одна із характерних для ринкового господарювання стратегій – продуктова – спрямована на розвиток нових видів продукції та технологій, сфер і методів збуту, тобто базується винятково на інноваціях [2, с. 206].

Стратегічне управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства передбачає розробку стратегії, за якою визначаються найдоцільніші способи та шляхи вкладення інвестиційних ресурсів у процес, що спрямований на впровадження науково-технічних розробок з метою освоєння випуску конкурентоспроможної інноваційної продукції та покращення її якості, постійне удосконалення технології виготовлення та зайняття оптимальної ніші підприємством як на внутрішньому так і зовнішньому ринках [2, с. 205].

Інноваційно-інвестиційна стратегія – це не лише стратегія, що дає змогу отримувати додатковий прибуток, а й спосіб формувати, утримувати та розвивати конкурентні переваги на привабливих ринках. Проте інноваційно-інвестиційна стратегія завжди пов'язана з ризиком повної або часткової втрати вкладених коштів для досягнення поставлених цілей. Тому головне завдання, яке завжди стоїть перед менеджментом підприємства, – це забезпечення максимального зменшення ризику при рішенні стати на шлях інноваційно-інвестиційного розвитку [3, с. 48].

На основі дослідження й аналізу сучасної економічної літератури [1, с. 50, 2, с. 205, 3, с. 148], а також існуючої практики вітчизняних сільськогосподарських підприємств виявлено та охарактеризовано основні етапи формування та реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств (рис.1).

Розробка стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку передбачає прийняття стратегічних завдань, оцінку можливостей та ресурсів для їх виконання; аналіз альтернатив; підготовку конкретних програм, проектів, бюджетів; оцінку сильних та слабких сторін діяльності суб'єктів зі врахуванням обраних цілей. Аналізується стан розвитку науково-інноваційної сфери, види існуючих науково-інноваційних структур, напрями їх діяльності та можливість конкуренції між ними, перспективи розвитку. Обираються фактори, що приймаються за основу для з'ясування інноваційної стратегії [4, с. 16]. Основою інноваційно-інвестиційного процесу є створення та освоєння нової техніки або технології. Інновації матеріалізуються за допомогою інвестицій, а інвестиції в сферу виробництва багато в чому втрачають сенс в умовах неефективного використання виробничих потужностей. Основою розробки інноваційно-інвестиційної стратегії мають бути стратегічні управлінські рішення, які:

- орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища;
- пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу;
- характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов, ураховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.



Рис. 1. Етапи формування та реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії підвищення ефективності діяльності підприємства

Джерело: доповнено автором на основі [1, с. 50]

Отже, основні етапи формування інноваційно-інноваційної стратегії підвищення ефективності діяльності підприємства включають: діагностику середовища, вибір та узгодження інноваційних проектів, визначення джерел їх фінансування та безпосередню реалізацію. Елементи є взаємозалежними і в комплексі дають змогу обрати правильну стратегію, а вилучення певного етапу може призвести до одержання хибного результату.

Список використаних джерел

1. Наконечна О. С. Формування та реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії стійкого розвитку підприємства / О. С. Наконечна // Економіка та держава. – 2015. – № 4. – С. 48-51.

2. Некрасова Л. А. Процесс формирования инновационно-инвестиционной стратегии предприятия та його проблеми / Л. А. Некрасова, О. В. Моніч // Економічна наука. – 2014. – № 5. – С. 204-207.

3. Савчук А. В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности : [монография] / А. В. Савчук. – Донецк, 2003. – 448 с.

4. Свиридова С.В. Процедура формирования и реализации стратегии инновационного развития предприятия / С.В.Свиридова // Экономика и предпринимательство. – 2011. – № 1. – С. 15-18.

ОСНОВНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Грицай О. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дем'яненко Н. В., кандидат економічних наук, доцент*

Розвиток вітчизняного сільського господарства як базової галузі національної економіки, незважаючи на об'єктивну необхідність ефективного використання трудового потенціалу села, не забезпечує умов для формування дієвої системи мотивації працівників. Вітчизняна аграрна реальність унеможливорює дотримання принципів управління трудовими ресурсами, які забезпечують бажання селянина працювати на землі й отримувати достатні для відтворувальної життєдіяльності матеріальні блага. В цілому певні позитивні зрушення в сільському господарстві поки що не забезпечили належного поліпшення умов життєдіяльності сільського населення, майже не зростають реальні доходи селян, головним джерелом сукупного доходу яких залишаються надходження від праці в особистих господарствах. Практично не відновлюється діяльність підприємств і закладів сфери обслуговування, припинилося оновлення матеріальної бази соціальної інфраструктури. У сукупності це негативно позначається на соціально-демографічній ситуації на селі та не сприяє підвищенню продуктивності праці, більш повному й ефективному використанню трудових ресурсів, формуванню установок жити і працювати на селі [2, с. 155].

Нині виникла необхідність застосування нових мотиваційних підходів, які мають ґрунтуватися на використанні економічних, соціальних і психологічних аспектів сучасного виробництва. Мотивація праці завжди належала і належати-ме до вирішальних факторів забезпечення досягнення цілей аграрних підприємств, незалежно від стану аграрної економіки, а механізми та інструменти стимулювання повинні бути гнучкими. Сучасні умови господарювання на селі виводять проблему формування мотивації праці в аграрних підприємствах у розряд стратегічних. Вона потребує розв'язання з позицій необхідності оновлення механізмів і систем стимулювання, які об'єктивно виявилися неадаптованими до умов ринку. Підприємницькі структури втратили значний потенціал

конкурентоспроможності, виробнича система недієздатна, а у працівника сформувалося переважно безвідповідальне ставлення до виконуваної роботи.

У результаті вивчення основних категорій встановлено, що інтереси, потреби, цінності та мотиви є особливим видом суспільних відносин і найважливішими стимулами трудової діяльності. В ланцюгу перелічених взаємопов'язаних категорій наступні базуються на попередніх, формуючи відповідні ланки цього ланцюга. Інтереси стають реальною силою лише тоді, коли спираються на потреби та цінності як провідні орієнтири, що формуються у свідомості індивіда на основі його матеріальних потреб та інтересів. Мотивація праці є процесом формування основних мотивів, які мають психологічну, соціальну й економічну природу; включає відповідні варіанти реакцій в результаті причинно-наслідкового зв'язку між діями, особливостями трудової поведінки працівників, які свідомо або несвідомо спонукають до здійснення трудової діяльності; стосується всіх можливих сторін поведінки людини та, як результат, впливає на ефективність діяльності [1, с. 154].

Теорія мотивацій має відповідну еволюцію розвитку, яка пов'язана з обґрунтуванням сутності й розбудовою наукових поглядів, здійсненням соціально-економічних перетворень у суспільстві. Основні чинники мотивації праці в сільськогосподарських підприємствах наведені на рис. 1.



Рис. 1. Основні чинники мотивації праці в сільськогосподарських підприємствах [1, с. 154]

Отже, основні чинники мотивації праці на рівні підприємств можна класифікувати за видами: матеріальні, моральні, адміністративні та соціальні.

Визначені чинники забезпечать комплексний підхід до формування дієвої системи мотивації високопродуктивної праці.

Список використаних джерел

1. Нестерович А. В. Діагностика мотиваційного процесу сільськогосподарських підприємств / А. В. Нестерович // Інноваційна економіка. – 2011. – № 7 (26). – С. 153-155.

2. Петренко Н. О. Особливості мотивації праці та стимулювання персоналу аграрних підприємств / Н. О. Петренко // Зб. матеріалів Всеукраїнської наукової конф. Умань, 21-22 лют. 2008 р. – С. 154-156.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМСТВІ

Грінченко Я.М.
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультет економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Самойлик Ю.В., кандидат економічних наук, доцент

Більшість сільськогосподарських підприємств не мають власної маркетингової служби, втім маркетингові функції виконують фахівці, зайняті економічною роботою. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідна ефективна маркетингова стратегія. Стратегічне планування маркетингу окреслює контури діяльності організації. Воно забезпечує кожному підрозділові визначення чітких цілей у взаємозв'язку із загальними завданнями організації, виконує цілий ряд функцій (рис. 1).

Серед основних елементів структури маркетингу Дослідної станції лікарських рослин ІАП НААН є такі:

- товари, їх попит, пропозиція, техніко-економічні показники, життєвий цикл товару;
- конкуренція і конкурентоспроможність продукції і фактори успіху;
- канали розподілу, товарорух;
- збутова діяльність і управління збутом;
- упаковка, якість, сервіс;
- реклама і стимулювання збуту;
- планування маркетингу (стратегія і тактика);
- розробка концепції нового товару, дослідження ринку.

Вивчення діяльності підприємства свідчить, що опрацювання певних методик стратегічного планування має практичне значення для розвитку маркетингу.

Маркетингова стратегія підприємства визначає, як потрібно застосовувати структуру маркетингу, щоб привабити і задовольнити цільові ринки і досягнути цілей підприємства.

Для Дослідної станції лікарських рослин ІАП НААН доцільною до впровадження є стратегія зростання, яка може бути реалізована за умови збільшення обсягів виробництва та продажів, активізації заходів стимулювання збуту, поглиблення зв'язків з постачальниками та дистриб'юторами.

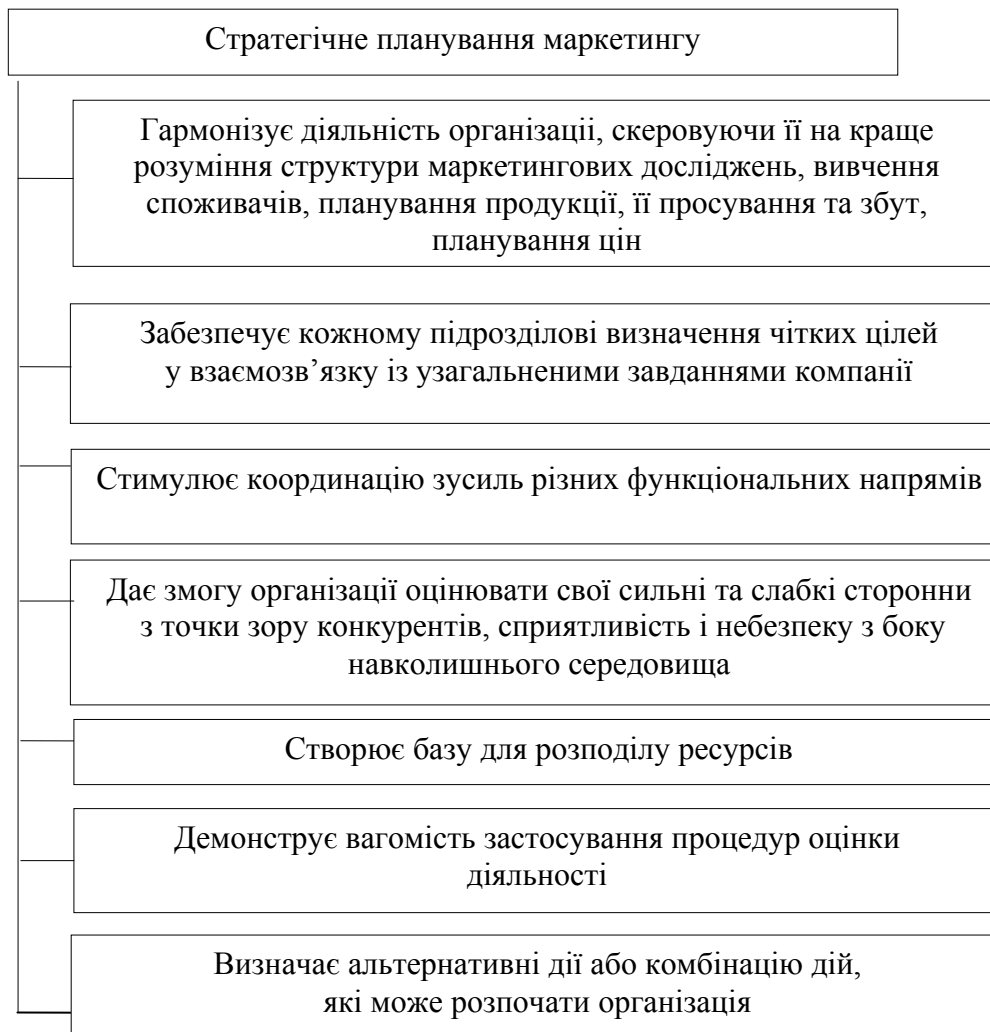


Рис. 1. Напрями стратегічного планування маркетингу у Дослідній станції лікарських рослин ІАП НААН

Отже, у Дослідній станції лікарських рослин ІАП НААН доцільно застосувати стратегію зростання, яка має на меті збільшення обсягів продажів, розширення асортименту продукції та виробничих потужностей.

Список використаних джерел:

1. Животенко В.О. Механізми управління аграрними підприємствами в умовах активної протидії зовнішнього середовища / В. О. Животенко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки: Вип. 27: У трьох частинах. – Черкаси: ЧДТУ, 2012. – С. 242-245.
2. Загорна Т.О. Економічна діагностика : [навчальний посібник] / Т.О. Загорна. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Лисенко Н.О. Застосування методів прогнозування при формуванні стратегічних альтернатив / Н.О. Лисенко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 163 – 170.
4. Саблук П.Т. Вартість і ціноутворення в розвитку аграрної економіки / П.Т. Саблук // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 52. – Харків: ХНТУСГ, 2007 р. – С.3-9.
5. Хвесик А.Є. Економічний механізм формування і використання ресурсного потенціалу аграрного підприємства / А.Є Хвесик // Вісник ХНАУ. – 2013. – № 2. – С. 319–324.

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Гроза К.С.
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту

Науковий керівник –
Дядик Т.В., кандидат економічних наук, доцент

Функціонування ринку праці, проблеми зайнятості та безробіття не варто розглядати як узагальнені, абстрактні соціально-економічні явища, адже вони мають втілення у конкретних діях конкретних людей, насамперед, роботодавців і найманих працівників. Працевлаштування відображає потреби людей не лише в заробітках, а й у самореалізації через суспільно корисну діяльність. Самоутвердитися і знайти своє місце у суспільстві є важливою проблемою кожної людини.

Таблиця 1

Основні показники ринку праці Полтавської області у 2000-2015 рр.

Роки	Економічно активне населення				У тому числі			
	у віці 15-70 років		працездатного віку		зайняте населення			
	в середньому, тис. осіб	у % до населення від- повідної вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у віці 15-70 років		працездатного віку	
					в середньому, тис. осіб	у % до населен- ня відповідної вікової групи	в середньому, тис. осіб	у % до населен- ня відповідної вікової групи
2000	748,2	62,5	708,9	76	672,3	56,2	633,6	67,9
2001	727,6	61,1	683	73,1	670,4	56,3	625,9	67
2002	668,3	56,4	639,1	68,5	629,6	53,2	600,4	64,4
2003	722,8	61,1	683,5	73,2	662,8	56	623,8	66,8
2004	723,6	61,2	690,7	74	670,3	56,7	637,8	68,3
2005	744,5	62,9	681	73,2	690,3	58,3	627,1	67,4
2006	744,9	63	683	73,6	692,7	58,6	630,8	68
2007	744	63,4	694,8	75,2	695,2	59,2	646	69,9
2008	739,3	63,7	691,8	75,4	691,6	59,6	644,1	70,2
2009	721	63,2	662,1	72,9	647,1	56,7	588,2	64,7
2010	714	63,4	661,6	73,6	644,8	57,3	592,4	65,9
2011	720,2	64,7	662,9	74,5	654,2	58,8	597,2	67,1
2012	713,9	64,8	663,8	74,4	652,7	59,3	602,6	67,6
2013	706	64,7	662,5	74,2	648,3	59,4	604,8	67,7
2014	681,2	62,9	660,7	73,9	602,9	55,7	582,8	65,2
2015	664,3	61,7	649,1	72,6	583,6	54,2	568,5	63,6
2015 р. до 2000 р. +,-	-83,9	-0,8	-59,8	-3,4	-88,7	-2,0	-65,1	-4,3
2015 р. до 2000 р. %	88,8	x	91,6	x	86,8	x	89,7	x

Джерело: розраховано за даними [2]

Вивченню теоретичних і практичних проблем зайнятості населення, безробіття, професійної і територіальної мобільності трудових ресурсів присвячено ряд наукових робіт, зокрема, Буряка П.Ю., Багрової І.В., Богуцького О.А., Грішньої О.А., Горбунова В.М., Григор'євої М.І., Дієсперова В.С., Дмитренка Г.А., Долішнього М.І., Дядик Т.В., Злупка С.М., Карпінського Б.А., Петрової І.Л., Токарського Т.Б. та ін.

Негативні тенденції на ринку праці, зумовлені насамперед тим, що чисельність населення в Україні постійно скорочується, насамперед за рахунок зниження природного приросту, а також це пов'язано із міграцією населення. Як свідчать дані таблиці 1, у Полтавській області за 2000-2015 рр. економічно-активне населення у віці 15-70 років скоротилось на 83,9 тис. осіб (11,2%), працездатного віку – на 59,8 тис. осіб (8,4%).

В Полтавському регіоні, як і в цілому по Україні за останнє десятиріччя відбувалось суттєве скорочення виробництва, а зростаюче безробіття призводить до вкрай негативних наслідків: Якщо за період 2000-2008 рр. чисельність безробітних у віці 15-70 років скоротились від 75,9 тис. осіб до 47,7 тис. осіб, то з 2009 року ці цифри знову поповзли вгору. Якщо у 2015 р. проти 2000 р. чисельність безробітних у віці 15-70 років зростає на 6,3 %, то у 2015 р. порівняно з 2008 р. чисельність безробітних зростає на 33 тис. осіб (майже у 1,7 рази).

Негативну динаміку має і середня тривалість пошуку роботи – у 2000 р вона складала 11 місяців, у 2009 р. – 6 місяців, то у 2015 р. – знову 9 місяців.

Список використаних джерел

1. Буряк П.Ю. Економіка праці і соціально-трудові відносини: [Навчальний посібник] / П.Ю. Буряк, Б.А. Карпінський, М.І. Григор'єва. – К.: ЦНЛ, 2004. – 440 с.
 2. Головне управління статистики у Полтавській області. Інтернет-видання [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.poltava.gov.ua>.
 3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [Підручник] / О.А. Грішнова. – 3-тє вид., випр. і доп. К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 559 с.
 4. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [Підручник] / О.А. Грішнова. – К.: «Знання», 2009. – 390 с.
 5. Гриньова В.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [Навч. посіб.] / В.М. Гриньова, Г.Ю. Шульга – К.: «Знання», 2010. – 310 с.
 6. Дядик Т.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: [Навч. посібник] / Т.В. Дядик. – Полтава: ФОП Говоров, 2008. – 344 с.
-

ЗНАЧЕННЯ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дацун В. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Осташова В. О., кандидат юридичних наук, доцент

Нормування праці має багатоаспектний характер. З одного боку, трактується сучасною економічною теорією як система виробничих відносин між

працівниками і працедавцями, що відображає (встановлені останніми) кількісні та якісні параметри праці на кожному робочому місці з урахуванням організаційно-технічного рівня підприємства. З іншого – є процесом, що дозволяє встановити міру праці та її конкретне вираження – норму праці, необхідної для планування трудової діяльності працівників, а також її оплати, виступає методом управління персоналом, який забезпечує взаємозв'язок між системою управління персоналом та досягненням стратегічних завдань підприємства [1, с. 138].

Аналітичне вивчення системи нормування праці ґрунтується на сукупності показників, для розрахунку яких необхідна об'єктивна економічна інформація. Джерелами такої інформації є:

- комплекс довідкової інформації, необхідної для визначення норм затрат праці для конкретних трудових процесів (нормативи режимів роботи устаткування; нормативи часу; нормативи обслуговування; нормативи чисельності та нормативи підлеглості);
- штатний розклад підприємства;
- колективний та індивідуальні договори працівників;
- посадові інструкції працівників;
- положення про оплату праці, положення про преміювання та інші нормативні документи, що регулюють трудову діяльність;
- наряди про виконану роботу та нормовані завдання, таблиці обліку використання робочого часу;
- дані про виконання норм праці, звіти про перегляд і зміни норм;
- конструкторська, технічна і технологічна документація;
- матеріали вибіркового спостереження, опитувань, анкетувань, фотографії та автофотографії робочого часу тощо [1, с. 142].

Найважливішим завданням організації нормування праці на підприємстві в сучасних умовах є оптимізація витрат трудових та матеріальних ресурсів, витрат на персонал за рахунок науково та економічно обґрунтованих співвідношень між витратами та результатами праці. Реалізація поставленого завдання можлива за рахунок систематичної роботи щодо вдосконалення системи нормування праці на підприємстві в цілому та в його окремих структурних підрозділах. На нормах, що відповідають сучасному рівню виробництва, ґрунтуються розрахунки бізнес-планових показників розвитку підприємства, визначення його потреб в усіх видах ресурсів, а також розроблення стратегій управління персоналом на підприємстві.

Важливим чинником підвищення показників ефективності праці на підприємстві є відповідність діючих норм праці організаційно-технічному рівню виробництва. Щоб встановити науково обґрунтовані норми праці, необхідно застосувати методи нормування залежно від функцій, виконуваних окремими категоріями управлінців, розмежовувати роботи різних категорій управлінського персоналу за ступенем їх регламентації, одночасно використовувати диференційовані і укрупнені методи нормування [2, с. 442].

В умовах розвитку ринкових відносин, нормування праці набуває все більшого значення як фактор підвищення конкурентоспроможності. Розробка і впровадження раціонально обґрунтованої системи нормування праці на підприємстві дозволяє вирішити такі завдання, як забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства за рахунок контролю якості продукції, підвищення ефективності використання засобів підприємства, створення необхідних умов праці, що дозволяють раціонально використовувати трудові ресурси при поєднанні підвищення продуктивності праці і збереження соціальних гарантій [3, с. 298].

З метою підвищення ефективності нормування праці як важливого фактору конкурентоспроможності підприємства, слід провести такі заходи:

1) підвищення обґрунтованості норм, що застосовуються і їх взаємозв'язку з плануванням, ціноутворенням, організацією виробництва, визначенням чисельності працівників і оцінкою їх трудового внеску;

2) нормування праці керівників, спеціалістів та інших службовців підприємства;

3) розробка комплексу заходів по раціональному використанню можливостей працівника.

Список використаних джерел

1. Серединська В. М. Аналіз системи нормування праці на підприємстві [Електронний ресурс] / В. С. Серединська, О. М. Загородна, І. В. Спільник // Економічний аналіз. – 2015. – Т. 19(2). – С. 136-147. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2015_19\(2\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2015_19(2)_22)

2. Скриль В. В. Організація нормування праці на підприємстві та її удосконалення [Електронний ресурс] / В. В. Скриль, Т. О. Галайда, Л. О. Калінович // Економічний форум. – 2015. – № 3. – С. 438-443. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_3_71

3. Кузовенкова Н. В. Нормування праці як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Н. В. Кузовенкова // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – 2015. – Вип. 10. – С. 294-298. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2015_10_54

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Джос Д. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Світлична А. В., кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри підприємництва та права**

Зміни розвитку підприємства, що пов'язані з появою більш нових технологій, посиленням конкуренції на ринках готової продукції та ресурсів викликали об'єктивну необхідність його пристосування до оточуючого середовища, прогнозування своїх дій і розробки стратегії на майбутнє. Еволюційні процеси, які відбулись в економіці, стосувались також і сфери розробки стра-

тегії, змінюючи підходи до її бачення та втілення в діяльність підприємства. Таким чином, система стратегічного управління все більш ускладнювалася і змінювався зміст поняття «стратегія підприємства».

Слово «стратегія» походить від давньогрецького і означає «мистецтво воювати». Воно являє собою загальний план не деталізованих дії на певний період [1, с. 78].

У сфері економіки, цей термін вперше був використаний А. Чендлером у 1962 році, який розглядав «стратегію» в аспекті визначення основних довгострокових цілей підприємства, адаптації курсів дій та розміщення ресурсів, необхідних для досягнення цілей [1, с. 118]. У термін «стратегія» вкладено набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності [2, с. 68].

В 60–тих роках у цій сфері розробки стратегії почали формуватися дві школи: школа дизайну та школа планування, та пізніше у 80–ті роки набуває розвитку школа позиціонування. Представники цих шкіл розглядали теоретичні засади розробки стратегії підприємства.

За суттю термін «стратегія» в кожній з цих шкіл трактували по різному. Зокрема, школа дизайну визначала формування стратегії, як процес конструювання і свідомого моделювання. Найбільш відомими представниками цієї школи є Альфред Чандлер, що опублікував в 1962 р. книгу «Стратегія й структура», і Кенет Ендрюс, теоретик базового підручника Гарвардського університету «Політика бізнесу».

Ними декларуються наступні вимоги: формування стратегій повинно бути продуманим процесом свідомого мислення; відповідальність за контроль над стратегічним процесом і за його характер покладається на керівника; модель побудови стратегій повинна бути достатньо і неформальною; стратегія повинна бути єдиною у своєму роді, унікальною, і отримуватись в результаті індивідуального моделювання. Головні недоліки цієї школи – певна абстрагованість мислення від дії, втрата стратегією гнучкості [2, с. 149].

В межах школи планування формування стратегії виступало як формальний процес. Особливий акцент у цій школі робився на кількісному представленні цілей організації й розробці послідовності кроків та відповідних процедур. Провідна роль відводиться професійним «плановикам–стратегам», а найважливішими інструментами виступали «сценарне планування», програмне забезпечення типу «Project Management» (управління проектами) та ін. Недоліком такого підходу є захопленість внутрішніми процесами підприємства в збиток власне вибору стратегії його розвитку.

Школа позиціонування визначала формування стратегії як аналітичний процес. Основи цієї школи заклали військові стратеги Сунь–Цзи, К. Клаузевіц та ін. До неї також належать досягнення консалтингових компаній Boston Consulting Group і McKinsey. До основоположників цієї школи відносять також Майкла Портера з книгою «Конкурентна стратегія» (1980 р.) [3, с. 180].

Основною позицією цієї школи є те, що процес формування стратегії – це зроблений на основі аналітичних розрахунків вибір однієї певної позиції,

частіше всього – позиції лідера в тому або іншому перспективному сегменті ринку, шляхом застосування конкурентної переваги. У зосередженості на аналітичній роботі полягає і сила, і слабкість даної школи – як би не був добре проведений аналіз, за ним завжди повинен слідувати синтез. Але якраз основні «синтетичні» рекомендації мають загальний характер, а тому дії організації можуть бути легко «прочитані» конкурентами [3, с. 136].

Таким чином, розробка стратегії підприємства є складним процесом, який зазнав суттєвих еволюційних змін в обґрунтуванні підходів до його розуміння на шляху до свого становлення в сучасному вигляді.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. А. Стратегічне управління : [навчальний посібник] / В. А. Василенко, Т. І. Ткаченко, – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.
 2. Жадько К. С. Стратегія розвитку моніторингу, діагностики й контролю діяльності підприємства [Текст] : монографія / К.С. Жадько. – Херсон : Грідь Д.С. [вид.], 2013. – 410 с.
 3. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика : [монографія] / І. А. Ігнат'єва. - К. : Знання України, 2005. – 250 с.
-

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ПІДПРИЄМСТВАХ

**Дуболазов Л. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дем'яненко Н. В., кандидат економічних наук, доцент**

Зростання в аграрному секторі економіки, що відбуваються завдяки процесам концентрації землі, інтенсифікації сільськогосподарського виробництва та нарощування його експортного потенціалу трактуються як безперечно позитивні тенденції, що забезпечать Україні місце лідера у світовому агропродовольчому просторі. Однак при цьому ігноруються суперечності досягнутих результатів: нарощування виробництва лише окремих видів продукції, зокрема експортно орієнтованих та земле виснажливих; збільшення обсягів насамперед сировинної частини агропродовольчого експорту; посилення диспаритету в доходах учасників ринку внаслідок зростання надходжень від зовнішньої торгівлі; перевага питомої ваги працездатного селянства «неформального сектора економіки» у загальній кількості зайнятих виробництвом сільськогосподарської продукції, примітивного виробництва для власного споживання та наповнення внутрішнього продовольчого ринку, яка за якісними параметрами не відповідає міжнародним стандартам серії ISO. Зазначене заважає Україні закріпитися на світовому агропродовольчому ринку як потужному бізнес- партнеру із високою діловою репутацією, розширювати торговельні кордони, у повній мірі трансформуватися із виробника сировини на експортера високоякісних продуктів харчування.

Глобалізаційні процеси в економіці та посилення нецінової конкуренції стимулюють вітчизняні сільськогосподарські підприємства до пошуку інноваційних шляхів розвитку, які, в першу чергу, пов'язані з проблемами підвищення якості виготовленої продукції, адаптації її до міжнародних вимог. Тому вдосконалення механізму формування системи управління якістю у сільськогосподарських підприємствах, яка виступає гарантом здатності організації стабільно виробляти та постачати продукцію визначеної якості, набуває пріоритетного характеру. Розробка, впровадження, сертифікація та підтримання системи управління якістю в стані дієздатності є одним із стратегічних напрямків діяльності господарюючих суб'єктів, що значно підвищує їх результативність, соціо-економічну ефективність та конкурентоспроможність на ринку [4, с. 78].

За 2013-2016 роки у структурі українського експорту істотно зросла частка сільськогосподарської продукції та продукції харчової промисловості, зокрема її залишків і відходів, а також насіння і плодів олійних рослин, жирів та олії відповідно тваринного або рослинного походження. Це дозволяє зробити висновок про невикористаний потенціал, що існує в Україні у сфері поглибленої переробки продукції сільськогосподарського сектора [1, с. 147].

Продукції в Україні не бракує, але вона не відповідає європейським вимогам. Останні ж доволі жорсткі. Наприклад, є вимога щодо простежування походження продукції. Так, перш ніж придбати українське молоко чи якусь іншу продукцію, покупець хоче знати весь ланцюжок її виробництва – від раціону корів та умов їх утримання до появи молочного продукту на полиці магазину. Бізнесмен несе відповідальність за якість і стандарти своєї продукції. За сучасних умов не так важлива інформація про кількісні показники сільгосппродукції, як про її якість. А вона, за дослідженнями експертів, часто недостатня [3].

Хоча в цілому, за останні десять років експорт сільськогосподарської продукції збільшився майже у 8 разів – до 18,3 млрд. дол. (цьому сприяли іноземні та вітчизняні інвестиції, що були вкладені в модернізацію аграрного виробництва), у сільськогосподарському виробництві України поширеним є нехтування екологічних норм і вимог. Корпоративні та індивідуальні господарства не дотримуються вимог сівозміни, масштабною є монокультуризація, обмежене виробництво тваринницької продукції. Структура сільськогосподарського виробництва деформована на користь експорто-орієнтованої рослинницької продукції. Інституціональне середовище не спонукає виробників до впровадження правил належної світової сільськогосподарської практики [3].

Розглядаючи експорт як відображення ситуації на внутрішньому ринку, потрібно кардинально змінювати підходи до впровадження нових технологій не тільки виробництва, а й «післязбиральної» доробки продукції, її сортування та пакування, тобто слід використовувати максимальну кількість ланцюжків доданої вартості. А це, в свою чергу, примусить шукати такі організаційні форми, які б могли забезпечити реалізацію нових ідей, активізувати питання спеціалізації, кооперування матеріально-технічних та фінансових ресурсів,

управління процесами, людськими ресурсами тощо, з подальшою адаптацією до соціально-економічного стану суспільного розвитку [2, с. 120].

Дотримання принципів, які викладено у міжнародних стандартах ISO серії 9000, ініціює застосування на підприємстві наукових методів управління якістю, окреслює політику та цілі у сфері якості, орієнтує виробництво на врахування вимог споживача, спрямовує на постійне поліпшення діяльності підприємств [4, с. 118].

Міжнародна організація зі стандартизації щорічно працює над розробленням нових та вдосконаленням існуючих стандартів (табл. 1) з метою полегшення адаптації підприємств до вимог сучасного ринку, розширення кордонів міжнародної торгівлі та досягнення прозорості у взаємовідносинах між виробником та споживачем.

У світі швидкими темпами зростає популярність проходження процедури сертифікації на підприємствах системи управління якістю, яка є гарантом спроможності організації виробляти високоякісну продукцію, забезпечувати чіткість та прозорість виконання виробничих процесів, а також виконувати умови контрактів у зазначені терміни.

Таблиця 1

Співвідношення кількості розроблених міжнародних стандартів у галузях світового народного господарства, % [3]

Галузі	Роки			2016 р. від 2014 р., (+,-)
	2014	2015	2016	
Інженерні технології	27,7	27,6	27,3	-0,4
Електроніка, інформаційні технології, телекомунікації	16,3	16,7	16,8	+0,5
Загальна інфраструктура, наука, обслуговування	8,9	9,0	9,2	+0,3
Здоров'я безпека навколишнє середовище	4,1	4,0	4,1	+0,0
Технології матеріалів	23,7	24,3	23,2	-0,5
Транспорт та роздрібна торгівля	10,6	10,5	10,5	-0,1
Сільське господарство	5,8	5,8	5,7	-0,1
Будівництво	2,1	2,2	2,4	+0,3
Спеціальні технології	0,8	0,8	0,8	0,0

Зважаючи на постійне поглиблення конкурентної боротьби на ринку та зростання вагомості нецінової конкуренції, важливу роль в успішній діяльності сільськогосподарського підприємства займає виробництво і пропозиція високоякісної продукції та орієнтація на задоволення потреб споживачів. Поряд з цим, як показує світова практика, вимоги суспільства стосуються не тільки якості продукції, а й якості самого підприємства, тобто взаємовідносин підприємства із усіма зацікавленими сторонами (постачальниками, споживачами та й громадськістю загалом). Відповідність підприємства високим стандартам, які продиктовані сучасними тенденціями, можлива в разі розробки та впровадження ефективної системи управління якістю на адаптивних засадах до вимог міжнародного ринку.

Список використаних джерел:

1. Инновационные подходы к формированию системы управления качеством сельскохозяйственного предприятия как способ адаптации к требованиям рынка / Т. И. Балановская, О. П. Гоголя, А. В. Троян, З. П. Борецкая // Биоресурсы и природопользование. – 2016. – № 5-6. – С. 146-154.
 2. Кириченко Л. С. Основи стандартизації, метрології, управління якістю : [навчальний посібник] / Л. С. Кириченко, Н. В. Мережко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 446 с.
 3. Співвідношення кількості розроблених міжнародних стандартів у галузях світового народного господарства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.qcert.ru/docs>.
 4. Шаповал М. І. Менеджмент якості : [підручник] / М. І. Шаповал. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2007. – 471 с.
-

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Дудченко Д. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор

Сучасному підприємству для успішної діяльності необхідно не тільки забезпечити своє виживання а й потрібно подбати про можливості розвитку. Ефективне рішення цих задач полягає у створенні і реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі правильно розробленої стратегії розвитку підприємства.

Основним підходом, щодо вибору стратегії розвитку підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу; ринки збуту, де є підприємство; продукцію (послугу); ресурси; структуру; виробничу програму; організаційну культуру [2].

В науковій літературі виокремлюють декілька груп так званих еталонних стратегій розвитку підприємства (рис 1), які, у свою чергу, реалізуються за певним набором правил, способів і механізмів, що є стратегіями другого рівня.

1. Стратегії концентрованого зростання (підприємство може поліпшити свій продукт або взагалі почати виробляти новий, не змінюючи своєї галузі і за рахунок цього шукає можливостей поліпшення свого становища на існуючих ринках чи переходу на нові ринки [1]:

- стратегія посилення позиції над ринком (підприємство робить все, щоб на ринку з цим продуктом завоювати кращі позиції);

- стратегія розвитку ринку полягає у пошуках нових ринків для вже виробленого продукту;

- стратегія розвитку продукту передбачає вирішення завдання зростання підприємства за допомогою виробництва нового продукту та його реалізації вже на освоєному ринку.

2. Стратегії інтегрованого зростання (дані стратегії передбачають розширення підприємства шляхом додавання нових структур - організаційно-господарських та стабільно економічних підрозділів):



Рис. 1. Еталонні стратегії розвитку підприємства [узагальнено автором за 2]

- стратегія зворотної вертикальної інтеграції, спрямована на зростання підприємства з допомогою набуття чи встановлення контролю за постачальниками, можливо з допомогою створення дочірніх структур;

- стратегія прямої вертикальної інтеграції виражається в зростанні підприємства з допомогою набуття чи встановлення контролю за підприємствами, які перебувають між фірмою і кінцевим споживачем.

3. Стратегії диверсифікованого зростання (такі стратегії реалізуються, коли підприємства не можуть розвиватися на даному ринку з цим продуктом у межах галузі):

- стратегія центрованої диверсифікації (пошук нових можливостей, зокрема використання спеціалізованої системи розподілу, існуюче виробництво залишається у центрі бізнесу, а нове виникає, з тих можливостей, які є в освоєному ринку, при існуючих технологіях чи інших сильних сторонах підприємства.

- стратегія горизонтальній диверсифікації, передбачає виробництво нового продукту з використанням нових технологій, виходячи з наявних можливостей.

- стратегія конгломератної диверсифікації, яка полягає у використанні нових технологій для виробництва нового продукту з метою реалізації на новому ринку.

4. Стратегії скорочення (такі стратегії реалізуються тоді, коли підприємство потребує перегрупування сил після тривалого зростання). При певних обставинах це єдині можливі стратегії відновлення бізнесу, збереження підприємства чи збереження конкурентних позицій. Виділяється чотири типи стратегій цілеспрямованого скорочення бізнесу:

- стратегія ліквідації (граничний випадок стратегії скорочення, здійснюється тоді, коли підприємство неспроможне продовжувати ведення цього бізнесу);

- стратегія «збирання врожаю» (передбачає скорочення витрат і повний розпродаж майна в період скорочення виробництва);

- стратегія скорочення (закриття або продаж окремих підрозділів);

- стратегія скорочення витрат (полягає у зниженні витрат, підвищенні продуктивності, припинення виробництва неприбуткових товарів та закриття неприбуткових потужностей).

Таким чином, при виборі стратегії розвитку підприємства та для успішної реалізації вибраної стратегії, керівництву підприємства необхідно здійснити ретельне вивчення ринку та потреби клієнтів; наявність необхідних ресурсів, можливості використання власних і залучених капіталовкладень; рівень діючої технології та можливості її модифікації, також рівень сучасних інформаційних технологій, кадровий потенціал.

Список використаних джерел

1. Виханський О. С. Стратегічне управління [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://bibliograph.com.ua/upravlenie-4/index.htm>.

2. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]. / О. М. Скібіцький. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.

КОНТРОЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Дудченко Д. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор*

Коли топ-менеджментом підприємства здійснюються етапи безпосередньої реалізації стратегії розвитку, а саме: мобілізація ресурсів; стратегічні зміни на підприємстві; оперативне управління реалізацією стратегії розвитку

виникає природна необхідність контролю, задля забезпечення досягнення підприємством поставленої мети.

Процес контролю реалізації стратегії розвитку складається [1,2]:

- з визначення стандартів (цілевиявлення (встановленні якісних та кількісних цілей підприємства); відповідальність за стратегічне планування; розробка альтернативних стратегій; визначення критеріїв ефективності та результативності; визначення «критичних» зовнішніх та внутрішніх умов, покладених в основу стратегічних планів; визначення «вузьких» і пошук «слабких» місць

- виміру фактично досягнутих успіхів (визначення основних підконтрольних показників у відповідності з встановленими стратегічними цілями; становлення меж припустимих відхилень; прагматичне оцінювання інформації, порівняння результатів зі стандартами (нормативами) і доведення показників (критеріїв, нормативів) до співробітників з метою виявлення винуватців і наслідків відхилення;

- аналізу і регулюванні (проведення корекції в тому разі, якщо досягнуті результати істотно відрізняються від встановлених стратегічних планів, мотивація і створення інформаційних систем для прийняття управлінських рішень та чи реалістичні стандарти, встановлення причин відхилення та усунення відхилення (регулюючий вплив) визначивши нові можливості на основі SWOT – аналізу та внесення корективів у стратегічні плани;

Методами та інструментами контролю є: аналіз ринку (аналіз конкурентів; життєвий цикл конкурентної переваги підприємства, аналіз кривої успіху, метод портфолію, аналіз системи рішень.

Оскільки люди є невід’ємним елементом контролю на всіх стадіях керівництва, тому за розробки процедури контролю необхідно брати до уваги поведінку людей «...В. Ньюмен склав кілька рекомендацій для менеджерів, які намагалися уникнути негативного впливу контролю на поведінку співробітників і таким чином підняти його ефективність:

- уникайте надмірного контролю;
- встановлюйте жорсткі, але досяжні стандарти;
- винагороджуйте за досягнення стандарту [1].

Таким чином, контроль реалізації стратегії розвитку за своєю сутністю повинний бути заснованим на повторюваних циклах аналізу прийняття рішень, плануванні та впровадженні завдань із конкретними цілями та визначеним терміном їх вирішення; містити постійний моніторинг та оцінку досягнення цілей за змістом стратегії та обраними заходами; сприяти координації дій виконавців стратегії із застосуванням моніторингу, аналізу джерел фінансування заходів та враховувати людський фактор.

Список використаних джерел

1. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. - К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 538 с.
 2. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]. / О. М. Скібіцький. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
-

ПОРІВНЯННЯ КЛАСИЧНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Дудченко Д. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор*

Беручи до уваги, що наука та практика – єдина система для підприємств, які стикаються зі зростаючою невизначеністю зовнішнього середовища, хаотичністю змін та необхідністю формування своєчасної реакції на них, вітчизняні та зарубіжні вчені, хоча і мають альтернативні погляди та термінологічні відмінності до визначення стратегії і різні підходи до ознак класифікації стратегій, проте, в цілому для практичної роботи менеджерам ділового й функціонального рівнів пропонують дати відповідь на три питання: Де знаходиться підприємство нині? Куди необхідно рухатися? Що необхідно зробити?

Таким чином серед класичних стратегій розвитку підприємства, які мають місце впродовж його «життєвого циклу» розрізняють [2]:

- стратегію зростання;
- стратегію підтримки / стабілізації;
- стратегію реструктуризації;
- стратегію скорочення;
- стратегію ліквідації.

Стратегії зростання підприємства забезпечується шляхом [1]:

- експансії (створення або захоплення ринку, розвиток ринку та (або) виробничого потенціалу);
- диверсифікації (спорідненої, неспорідненої і за принципом створення конгломерату). Одна із форм концентрації капіталу в умовах науково-технічної революції шляхом проникнення в нові галузі і сфери, розширення асортименту вироблених товарів;
- інтеграції (вертикальної – об'єднання зусиль підприємства з іншими організаційними формуваннями («уперед» – із системою розподілу кінцевої продукції підприємства; «назад» - зі споживачами) і горизонтальної – це інтеграція з партнерами, що полягає у виборі системи рішень відносно необхідності встановлення зв'язків);
- диференціації ринку (полягає в орієнтуванні діяльності підприємства на створення унікальних у будь-якому аспекті продуктів, що визначаються найважливішими достатньою кількістю споживачів);
- глобалізації діяльності характеризується виходом на так звані загальні ринки, тобто ринки інших регіонів, держав.

Стратегії підтримки / стабілізації спрямовані на підтримку основної діяльності, а тому, як правило ґрунтуються на:

- захисті частки ринку;
- підтримки виробничого потенціалу підприємства;
- модифікації продукції.

Стратегії реструктуризації передбачають визначення місця, змісту, порядку й методології процесу перетворення підприємства на прибуткове. Здійснюються за рахунок: скорочення витрат та відсікання зайвого, освоєння нових видів діяльності і ринків, коротко- і довгострокову реструктуризацію (у точу числі й за рахунок переорієнтації).

Стратегії скорочення діяльності визначають, що про продаж господарського підрозділу або виділення його в самостійну структурну одиницю. Від якої материнська компанія або відмовляється взагалі, або зберігає лише частковий контроль (частково володіє цим підрозділом).

Стратегії скорочення передбачають:

- скорочення частки ринку;
- організований відступ (найчастіше це пов'язано з якомога швидким скороченням ринкової частки з метою одержання прибутку. Дана стратегія, як правило, передбачає поступове «згортання» операцій або ліквідацію бізнесу);
- «збирання врожаю» (передбачає відмові від стратегічних цілей та орієнтування на якнайшвидше досягнення фінансових цілей. Звичайно, трапляються випадки, коли в період скорочення конкретного виду діяльності до нульового рівня підприємство прагне одержати максимально можливий дохід).

Стратегії ліквідації розуміють граничний випадок стратегії цілеспрямованого скорочення. За умови виникнення такої ситуації підприємство протягом короткого періоду часу ліквідує окремі господарські підрозділи, оскільки має потребу в перегрупованні сил для забезпечення збільшення ефективності своєї діяльності, або відмовляється від певних напрямів своєї діяльності.

Стратегія ліквідації реалізується шляхом: санації, виконання процедури банкрутства, закриття підприємства.

Розглядаючи сукупність даних стратегій та переваг однієї стратегії в порівнянні з іншою можна визначити, що менеджменту підприємства для оптимальної адаптації до поточної ситуації й потенційного майбутнього, критерієм якого є максимізація довгострокової конкурентної переваги, необхідний ефективний підхід до вибору бізнес-стратегії розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Сумець О.М. Стратегія підприємства [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / О.М. Сумець. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 320 с.
 2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / З. Є. Шершньова. - [2-е вид., перероб. і доп.]. - К. : КНЕУ, 2004. - 699 с.
-

ФУНКЦІЇ КОНТРОЛІНГУ ЯК СФЕРИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Дяченко А.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Комаріст О.І., кандидат економічних наук, доцент*

Важливою умовою забезпечення стійкого розвитку економіки України є вдосконалення систем управління підприємствами на основі впровадження досягнень світової науки та практики менеджменту. Особливого значення в сучасних умовах господарювання набуває проблема підвищення координованості бізнес-процесів підприємства та ефективності прийняття управлінських рішень для вирішення стратегічних та оперативних задач.

Необхідність в системній інтеграції різноманітних аспектів управління бізнес процесами підприємства стала однією із основних причин виникнення контролінгу в світовій теорії та практиці управління. Впровадження контролінгу дозволяє підвищити рівень координованості процесів планування, контролю, обліку, аналізу і регулювання на підприємстві, забезпеченості їх методичною та інформаційною базою, за рахунок чого дозволяє підвищити якість управлінських рішень та ефективність системи управління в цілому [1].

Незважаючи на такі переваги контролінгу, він досить мало використовується на українських підприємствах. Впровадженню контролінгу заважають дві групи факторів: недосконалість вітчизняної моделі контролінгу та соціально-психологічні фактори. Основна причина, що заважає впровадженню контролінгу на вітчизняних підприємствах, – відсутність єдиного розуміння в сфері базової термінології контролінгу, що порушує цілісність і комплексний характер бачення цього інструменту. Відмінності у визначеннях поняття «контролінг» є відображенням історичного розвитку концепції контролінгу [2].

Аналіз літератури з контролінгу показав, що в більшості робіт комплексно не вивчають питань менеджменту та контролінгу, не приділяють достатньої уваги проблемам розвитку єдиної термінології у сфері контролінгу, недостатньо розроблені методичні аспекти контролінгу. Існування різних концепцій контролінгу та неоднозначність перекладів зарубіжної літератури перешкоджають його адекватному сприйняттю та впровадженню в практику українських підприємств.

Отже, про контролінг сьогодні багато говорять і пишуть, багато фахівців схиляються до того, що сучасний бізнес не може обійтися без системи контролінгу. Однак, все ж таки, ми бачимо, що, по-перше, існують перешкоди застосування системи контролінгу на вітчизняних підприємствах, по-друге, практично кожен автор дотримується власної точки зору щодо сутності контролінгу, яка відрізняється від інших, принаймні, основним терміном, яким визначається контролінг (система, концепція, напрямок, механізм, управління тощо), а відтак, не має єдиної точки зору на контролінг як системи управління.

У теорії менеджменту традиційно значна увага приділяється функціям управління як прояву змісту управлінської діяльності. Нами були досліджені

представлені у доступних публікаціях підходи до виділення функцій контролінгу як сфери управління. Обмеженість обсягу публікації не дозволяє навести вивчені приклади. Зауважимо, лише, відсутність єдиного погляду вчених з цього приводу. Є спроби виділяти у контролінгу загальні функції та спеціальні тощо. Дозволимо собі сформулювати власні висновки.

Контролінг комплексно утілює одну із загальних функцій менеджменту. Основна мета контролінгу – орієнтація управлінського процесу на досягнення всіх цілей, які поставлені перед підприємством. Для цього контролінг забезпечує виконання наступних спеціальних функцій:

– інформаційна (забезпечення інформацією, необхідною для поточного планування, контролю і прийняття оперативних управлінських рішень керівників в усіх рівнях управління підприємством);

– комунікаційна (формування інформації, яка є засобом внутрішнього комунікаційного зв'язку між рівнями управління і різноманітними структурними підрозділами одного рівня);

– контрольна (оперативний контроль і оцінка результатів діяльності в межах окремих підрозділів і підприємства в цілому в досягненні поставленої мети підприємства проявляється при співставленні планових та фактичних показників для виміру та оцінки ступеня досягнення мети, встановлення допустимих границь відхилень від заданих параметрів, інтерпретація причин відхилень та розробка пропозицій щодо їх усунення чи зменшення);

– аналітична (розробка основних підконтрольних показників, визначення ступеня впливу різних факторів на величини кінцевого результату, розроблення заходів по усуненню відхилень, що мали місце, чи які можуть мати місце в майбутньому, розрахунок та доцільність тієї чи іншої комерційної угоди);

– прогнозна (перспективне планування і координація розвитку підприємства у майбутньому на основі аналізу та оцінки фактичних результатів діяльності).

Особливе значення для подальшого розвитку контролінгу набувають питання пізнання і практики контролінгу, як основи його подальшого розвитку.

Рушійною силою у впровадженні систем контролінгу є провідні західні компанії, які відкривають в Україні свої дочірні підприємства з одночасним введенням сучасних стандартів менеджменту та прийняття фінансово-господарських рішень.

Таким чином, різноманіття думок щодо сутності та функцій контролінгу дозволяє зробити висновок про те, що теорія системи контролінгу ще продовжує розвиватися і результати дослідження можуть слугувати підґрунтям для подальшого теоретичного та прикладного вивчення проблемних питань контролінгу в системі управління вітчизняних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Сучасний стан і перспективи розвитку фінансового контролінгу (до підсумків українсько-російського «круглого столу») [Електронний ресурс] / Терещенко О.О., Стащук Д.М., Савчук Д.Г. – Режим доступу: http://fincontrolling.com.ua/documents/Terestschenko_Controlling.pdf.

2. Гаврилова О.С. Процес впровадження контролінгу на підприємстві [Електронний ресурс] / Гаврилова О.С. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2011/Economics/6_85430.doc.htm.

ОБ'ЄКТИВНІ ФАКТОРИ, ЩО ОБУМОВЛЮЮТЬ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ

*Загнієнко О. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дем'яненко Н. В., кандидат економічних наук, доцент*

Важливість розвитку персоналу підприємства підтверджується тим, що в сучасних умовах розвитку бізнесу вичерпуються поступово екстенсивні способи і зовнішні джерела економічного зростання, тому існує нагальна потреба пошуку внутрішніх резервів підвищення ефективності господарської діяльності вітчизняних підприємств. Одним із рішень даної проблеми є саме розвиток персоналу.

Підприємству для того, щоб ефективно функціонувати, мати конкурентний персонал та підвищити ефективність своєї діяльності, необхідно в рамках кадрової політики передбачити перелік практичних заходів, спрямованих на постійний і планомірний розвиток співробітників усіх категорій. Сприяючи розвитку свого персоналу, підприємство прагне отримати унікальні професійні кадри, які є одним з основних конкурентних переваг будь-якої компанії, що бажає зміцнити свої позиції на ринку [1, с. 120].

В основі розвитку персоналу традиційно лежать процеси навчання, основна мета яких полягає у збільшенні інтелектуальної складової співробітників підприємства. Розвиток персоналу підприємства передбачає:

1. Усвідомлення співробітниками необхідності постійної уваги до проблеми вдосконалення своїх професійних знань і навичок;
2. Здатність підприємства усвідомити роль і місце кожного співробітника, і необхідність розвитку його потенціалу;
3. Створення необхідних умов для підвищення кваліфікації та перепідготовки, як окремих співробітників, так і колективу підприємства в цілому;
4. Вміння співробітників актуалізувати отримані знання, добре орієнтуватися в реальній обстановці, використовувати свій і колективний досвід, приймати рішення і організовувати їх реалізацію [3, с. 129].

Слід зауважити, що на сьогодні існує безліч об'єктивних факторів, що визначають необхідність розвитку персоналу підприємства (рис. 1).

Об'єктивні фактори, що викликають необхідність розвитку персоналу, є так звані макро-причини, що проявляються практично в кожному сучасному підприємстві. Їх вплив на процес розвитку персоналу виражається в тому, що сучасна організація зобов'язана займати активну позицію на ринку, вести пошук нових кадрів і одночасно пристосовувати власні кадри до підвищених вимог через механізми навчання і динамічні організаційні перебудови.

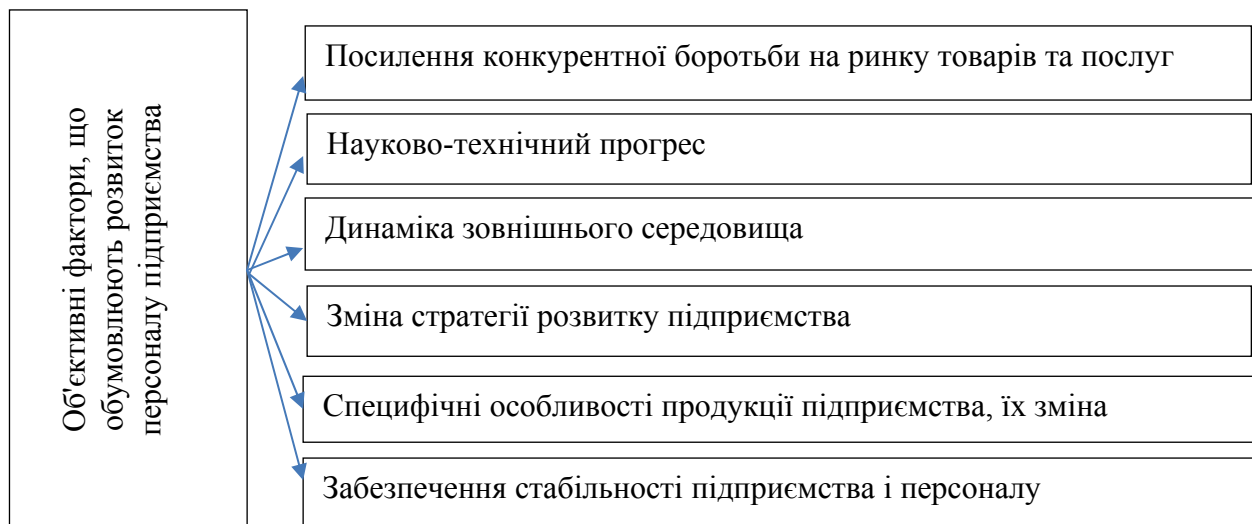


Рис. 1. Об'єктивні фактори, що обумовлюють розвиток персоналу [2, с. 88]

Проте існують особистісні чинники, що можуть проявлятися по-своєму в кожному підприємстві, і пов'язані вони, як правило, із зростанням об'єктивних вимог до кваліфікації кадрів, збагаченням робіт, професійним ростом працівників, їх особистісними потребами в самореалізації і т. д.

У сучасних умовах функціонування підприємств, популярності набувають такі практики розвитку персоналу, як коучинг та наставництво. Коучинг і наставництво є більш вигідними за ціною, ніж традиційні тренінгові методи, бо орієнтовані скоріше на досягнення успішних результатів, ніж на пошук причин існуючих проблем чи формування корисних навичок. Варто зауважити, що процес стратегічного розвитку персоналу повинен будуватися на чітко встановлених принципах, дотримання яких дасть можливість забезпечити розвиток ділових якостей персоналу, впровадити дієву стратегію управління персоналом відповідно до цілей підприємства, сформувати єдину систему корпоративних цінностей та вдосконалити організаційну культуру. Отже, метою розвитку персоналу підприємства є збільшення сукупного конкурентоспроможного потенціалу суб'єкту господарювання та поліпшення якості роботи персоналу шляхом освоєння нових знань, техніки і технології, методів управління, враховуючи інтереси майбутнього розвитку з урахуванням об'єктивних чинників, що пливають та обумовлюють розвиток персоналу.

Список використаних джерел

1. Грузіна І. А. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління підприємством: монографія / І. А. Грузіна, В. І. Дериховська – Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 252 с.
2. Дрозач М. І. Розвиток професійного навчання кадрів на виробництві в контексті зарубіжного досвіду / М. І. Дрозач // Наука та інновації. – № 3. – Т. 4. – 2008. – С. 88.
3. Петрова І. Л. Стратегічне управління розвитком персоналу / І. Л. Петрова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 5 (50). – 2011. – С. 128-132.

АТРИБУТИВНА СТРУКТУРА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ

*Загнієнко О. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дем'яненко Н. В., кандидат економічних наук, доцент*

Кожне підприємство у своїй діяльності орієнтується на тенденції та плани довгострокового розвитку, що зумовлює досягнення не тільки поточних, але й перспективних цілей функціонування. У зв'язку з цим набуває особливого значення зміцнення та збереження конкуренто-спроможності підприємства завдяки стратегічному управлінню, особливе місце в якому відводиться управлінню персоналом. Саме персонал підприємства постає в центрі сучасних концепцій управління, основним напрямком яких є розкриття повного арсеналу його здібностей і компетентностей, що дозволить підприємству адекватно реагувати на зміни навколишнього середовища, а отже, уникнути можливих загроз і втрат, стабільно нарощувати ефективність свого функціонування. Тому не випадково першочерговим стратегічним завданням для вітчизняних підприємств стає розвиток працівників як провідний напрямок стратегії управління персоналом.

Аналізуючи погляди вчених [1, 2, 3] на розвиток персоналу підприємства, можна сказати, що всі вони сходяться в одному – розвиток є процесом, пов'язаним з послідовною зміною стану предмету дослідження, а отже, з послідовною зміною індивідуального і групового стану персоналу підприємства, в якому виражаються визначені об'єктивні закономірності росту потенціалу суб'єкта господарювання, враховують вимоги зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Підходи до управління розвитком персоналу змінюються в залежності від рівня атрибутивної структури (рис. 1).

Серед проблем у сфері розробки, впровадження та реалізації стратегії розвитку персоналу слід виділити:

1. Брак фінансування, або взагалі відмову від капіталовкладень у розвиток персоналу;
2. Відсутність дієвої та ефективної системи мотивації працівників;
3. Ворожа атмосфера у колективі та недостатня зацікавленість менеджерів та керівників підприємства;
4. Відсутність або недостатня кількість інноваційних нововведень та ініціативності підлеглих;
5. Пасивність вищої ланки управління до аналізу результатів процесу розвитку персоналу;
6. Відсутність належних матеріально-технічних та соціально-психологічних умов для реалізації стратегії розвитку персоналу;

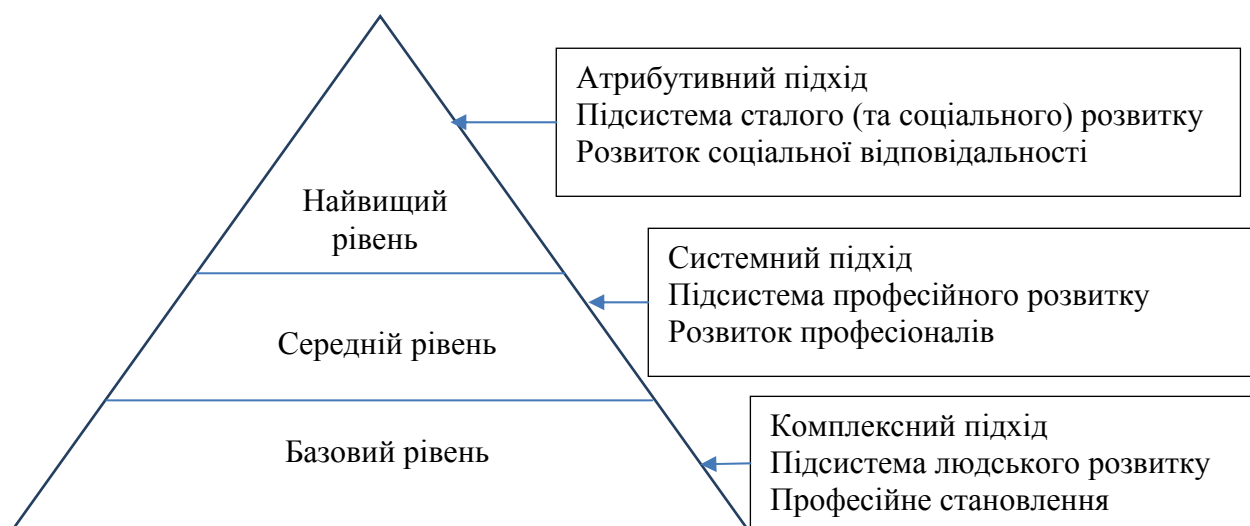


Рис. 1. Атрибутивна структура системи управління розвитком персоналу [1, с. 119]

7. Відсутність можливості практичної реалізації отриманих знань (відіраність науково-технічного прогресу від практичної бази підприємства) [2, с. 88].

Стратегічний розвиток персоналу повинен орієнтуватися на всебічний розвиток та нарощування кадрового потенціалу працівників, відштовхуючись від існуючих умов, наявних можливостей та цілей підприємства, постійно вдосконалювати знання, вміння, досвід та компетентності персоналу, підтримувати систему мотивації до професійного розвитку та сприяти самостійному розвитку персоналу. Вважаємо, що основою стратегічного розвитку має стати саме розвиток інтелектуального капіталу та стимулювання організаційного, колективного та індивідуального навчання, яке спираючись на відповідну підтримку керівництва, дозволить створити модель підприємства орієнтованого на навчання та розвиток персоналу, в межах якого відбуватиметься систематичне управління знаннями [3, с. 108]. Отже, базовому рівню системи управління розвитком персоналу відповідає комплексний підхід, вищому – системний, найвищому – атрибутивний, що відображається у функціонуванні підсистем людського, професійного, сталого (та соціального) розвитку та відповідних ним програм розвитку персоналу.

Список використаних джерел:

1. Берьозкіна А. Ю. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства / А. Ю. Берьозкіна, К. М. Ніколаєва // Молодий вчений. – № 12 (27). – 2015. – С. 119-122.
2. Дрозач М. І. Розвиток професійного навчання кадрів на виробництві в контексті зарубіжного досвіду / М. І. Дрозач // Наука та інновації. – № 3. – Т 4. – 2008. – С. 88.
3. Збрицька Т. П. Управління розвитком персоналу : навчальний посібник / Т. П. Збрицька, Г. О. Савченко, М. С. Татаревська. За заг. ред. М. С. Татаревської. – Одеса : Атлант, 2013. – 427 с.

ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ ЗОКРЕМА

*Зима Т. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Кошова Л.М., асистент кафедри маркетингу*

Сучасні товарні біржі є результатом тривалої еволюції різних форм оптової торгівлі. Головною причиною виникнення біржової торгівлі товарами був розвиток великого виробництва, для якого був необхідний ринок, здатний реалізувати великі партії товару на регулярній періодичній основі, на базі цін, що складаються залежно від реального співвідношення попиту і пропозиції на товар. Біржова діяльність тісно пов'язана з підприємницькою діяльністю при цьому виступає в різних формах. (рис 1.) розглядаючи біржову діяльність з різних точок зору щодо визначення сутності біржі, можна зробити висновок, що як соціально-економічний феномен біржова діяльність представляє собою реалізацію особливих здібностей індивіда, що виражається в раціональному поєднанні факторів виробничо-збутової діяльності на основі інноваційного ризикового підходу для отримання виправданого економічного доходу.

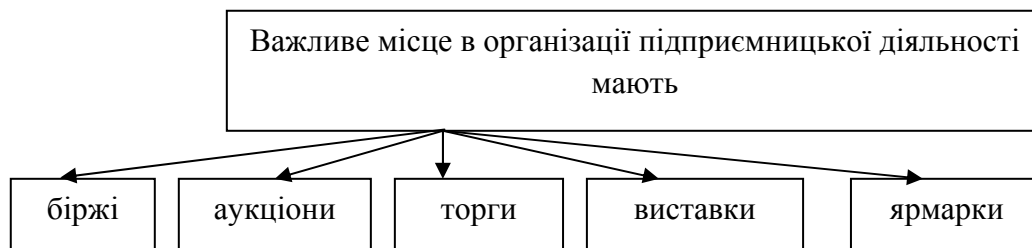


Рис 1. Організація підприємницької діяльності

Започаткування біржової торгівлі в Україні пов'язують із відкриттям у 1796 р. товарної біржі у м. Одесі та у 1834 р. – у м. Кременчук. Загалом, можна виділити наступні етапи розвитку біржової торгівлі.

В період 1796-1860 рр. іде зародження біржового руху. Характерними особливостями цього періоду є створення та функціонування кількох товарних бірж з незначними обсягами догод, недосконалістю механізмів організації товарів, а також ті, що не всі товари були предметом біржового обороту. 1861-1900 рр. Активізація і спеціалізація біржової торгівлі. Характерним для цього періоду є економічне піднесення і розвиток товарно-грошових відносин. 1900-1914 рр. інституалізація біржового ринку. Біржі цього періоду надійно увійшли у народне господарство країни і мали суттєву питому вагу на гуртовому товарному ринку. Початок першої світової війни, а потім події 1917 р. призвели до повного припинення діяльності всіх товарних бірж України. 1920 - 1928 рр. Відродження біржової торгівлі в умовах нової економічної політики. Внутрішня економічна політика держави дозволила відновити роботу усіх товарних бірж, що діяли до 1917 р.

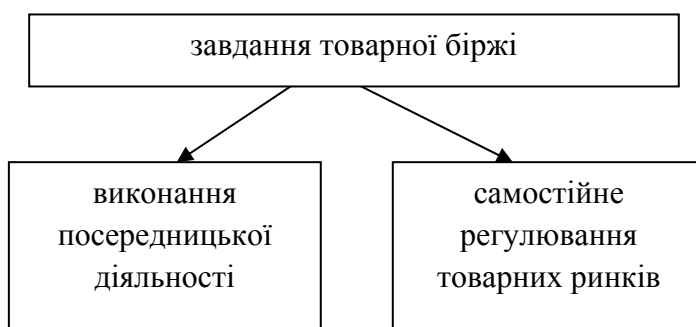


Рис.2 Основні завдання товарної біржі

Основним завданням товарної біржі були і є до тепер це виконання посередницької діяльності та регулювання товарних ринків (рис.2). Товарна біржа формувалася як корпорація, яка має статут, члени якої можуть бути всі форми підприємств (державні, приватні, змішані), що сплатили вступний внесок. Товарна біржа була універсальною, через її канали проходили сировина, паливо, устаткування та інша продукція. Проте заборонялися спекулятивні операції, суворо дотримувався принцип збереження контрольних позицій державних та змішаних підприємств на загальних зборах і у біржових комітетах біржі. 1990 рр. Характерними особливостями становлення біржового ринку цього періоду є: з'ясування його економічної сутності; створення правової бази; формування організаційної структури; опрацювання функціональної моделі; опрацювання механізму біржового ціноутворення.

У процесі організації та активізації діяльності товарних бірж вирішальна роль належить Закону України "Про товарну біржу", введеного в дію з січня 1992 р. Так, станом вже на квітень 1992 р., в Україні починає функціонувати біля 70 товарних бірж. Їхній біржовий оборот становить біля 10 млрд. крб. (1,81 млн. дол. США). Упродовж 1992 - 1994 рр. спостерігався спад біржової активності, поступово скорочувалися обсяги біржових догод, кількість діючих товарних бірж, у того числі й таких, що торгували агропродукцією і зерном. Також негативно вплинув на діяльність біржового ринку введення в дію 28.02.1992 р. Закон "Про оподаткування доходів підприємств і організацій", згідно з яким посередницька діяльність, а саме податок на прибуток від аукціонів, біржових торгів, закупівельно-торгівельної діяльності був визначений у межах 75 %. Тільки Закон України "Про оподаткування доходів підприємств" у від 28.12.1994 р., дає законодавчу основу для відродження біржової діяльності в Україні, оскільки податок на посередницьку діяльність знижено до 45%. Це і обумовило в 1995 р., значну активізацію біржового ринку. Виробники продукції почали самостійно реалізовувати її за контрактами (у тому числі державними) через торговельні біржі та контрактні дома, заготівельні посередницькі організації.

У 1996 р. біржі працювали вже у всіх регіонах України. Через них реалізовувались значні обсяги товарної продукції. Так, обсяги реалізації зерна досягли в 1996 р. 3 млн. т., а насіння соняшнику - 450 тис. т. Біржова торгівля сприяла вирівнюванню і стабілізації цін. Питома вага сільськогосподарської

продукції і продовольства в торговельному обороті бірж становить 50%. З другої половини 1996 р., у біржовій торгівлі спостерігався спад активності. Обсяги догод, які укладались на товарних біржах, що торгують агропродукцією, зменшились у 3,6 разу.

Головною причиною великого розмаху бартерних угод, став неефективний, законодавче не підтверджений біржовий механізм, невиконання брокерами та клієнтами взятих усних та законтракованих зобов'язань. Саме тому товаровиробники віддають перевагу бартерним угодам та використовують розрахунки готівкою. Затухання біржових процесів справило негативний вплив на загальну ситуацію у формуванні ринкового середовища країни, що призвело до виникнення негативних явищ, таких як: 1. уповільнилось подолання диспаритету цін на продукцію сільського господарства та промислові товари і послуги; 2. послаблення процесу формування гуртового ринку та його інфраструктури; 3. зростання тіньового сегменту ринку і обсягів бартерного обміну, що зумовило негативні наслідки для товаровиробників, і для бюджету держави; 4. розширилися обсяги продаж за демпінговими цінами та неплатежі. Починаючи з 1999 року спостерігається значна активізація біржової торгівлі взагалі, та біржової торгівлі агропродовольчою продукцією зокрема.

Суттєвим недоліком функціонування вітчизняних бірж є недостатньо відпрацьований механізм торгівлі ф'ючерсними контрактами, що не дає можливості виробникам та споживачам класичних біржових товарів застрахуватись від ризику несприятливої кон'юнктури на ринку реального товару за допомогою операцій пов'язаних з хеджуванням. Ці операції є вагомим регулюючим чинником цінової збалансованості товарів та гальмівним механізмом інфляційних процесів у країнах з розвинутою ринковою економікою.

Отже в процесі проходження еволюції розвитку бірж нами було виявлено більше негараздів ніж позитивних моментів. Недоліки в організації біржового ринку викликані концептуальною безсистемністю переходу України до ринкових відносин та прогалинами нормативно-законодавчої бази негативно впливають на ефективність біржових структур та практично роблять неможливою реалізацію основної функції товарної біржі – забезпечення гуртової торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Биржевое дело: Учебное пособие / Зотов И. В., Успенко В. И. – Х.: Бурун+ Книга, 2005. – 256 с.
 2. Бердникова Т. Б. Рынок ценных бумаг и биржевое дело. – М.: ИНФРА - М, 2000. – 270 с.
 3. Биржевое дело / Под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 304 с.
 4. Дудяк Р. П., Бугеля С. Я. Організація біржової діяльності: Основи теорії і практик. Навч. посібник 2-ге видання доповнене. – Львів: Новий Світ. – 2000: Магнолія плюс. – 2003. – 360 с.
 5. Масленников В. В. Биржевое дело. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 304 с.
 6. Сохацька О. М. Біржова справа. – Тернопіль: Карт-Бланш, 2003. – 602 с.
-

СУТНІСТЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВНОГО ПОКАЗНИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Іващенко Т.А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Демиденко Л.М., кандидат економічних наук, доцент*

В умовах ринкових відносин, що характеризуються своєю динамічністю, суб'єкти господарської діяльності незалежно від форми власності самі планують свою діяльність і перспективи розвитку виходячи з розроблених ними господарських і соціальних задач, попиту та пропозиції товарів і послуг. Незамінним показником при поточному плануванні виробництва, а також при визначенні фінансового положення підприємства є показник рентабельності.

Будучи узагальнюючим показником економічної ефективності сільсько-господарського виробництва, рентабельність відображує ефективність використання спожитих виробництвом ресурсів галузі – трудових, земельних і матеріальних, рівень керування й організації виробництва і праці, кількість, якість і результати реалізації продукції, можливості здійснення розширеного відтворення й економічного стимулювання працівників. Існує декілька підходів до визначення категорії “рентабельність” (табл. 1).

Враховуючи все вище зазначене, можна визначити поняття “рентабельність” як один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.

Рівень рентабельності всіх підприємств залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів.

Таблиця 1

Розкриття сутності поняття “рентабельність” у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців

Вчені	Зміст поняття
А.О. Аветисова	Під рентабельністю розуміє критерій економічної ефективності, який забезпечує отримання прибутку після вирахування всіх витрат на її виробництво і збут [1, с. 130].
О.В. Берданова	Розглядають рентабельність як відносний показник ефективності роботи підприємства [2, с.34].
В.В. Величко	Рентабельність розуміють як спроможність до збільшення вкладеного капіталу [3, с. 125].
В.В. Горлачук, І.Г. Яненко	Вважають рентабельність відносним показником прибутковості діяльності, який характеризує ефективність підприємства, шляхом утворення прибутку [4, с. 227].
В.О. Козловський	Зводять визначення цієї категорії як до показника, який характеризує рівень прийнятної віддачі у процесі використання ресурсів [5, с. 28].

Джерело: узагальнено автором

Прибуток є основою економічного розвитку підприємства і зміцнює його фінансовий стан та фінансові відносини з партнерами. Крім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, а також найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави. Це означає, що доходи підприємства повинні задовольняти не тільки його власні фінансові потреби, а й потреби держави у фінансуванні суспільних фондів споживання, розвитку науки, освіти, охорони здоров'я. Таким чином, у збільшенні прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава.

Абсолютна величина прибутку сама по собі ще не визначає рівня ефективності виробництва. В умовах ринкових відносин для його розрахунку повинні широко використовуватися відносні показники. З цією метою доцільно застосовувати систему показників, а саме: рівень рентабельності, норму прибутку, рентабельність продажу, рентабельність активів, поріг беззбитковості, рентабельність власного капіталу тощо.

Отже, рентабельність – це найважливіша економічна категорія, що притаманна всім підприємствам, що працюють на основі господарського розрахунку. Вона означає прибутковість підприємства і визначається шляхом зіставлення одержуваних результатів (прибутку, валового доходу) з витратами або не використовуваними ресурсами.

Список використаних джерел

1. Аветисова А.О. Економіка підприємств різних типів : [навч. посібник] / А.О. Аветисова, Т.С. Халімовська, Ю.Ю. Юрченко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 162 с.
 2. Берданова О.В. Стратегічне планування на підприємстві : [навч. посібник] / О.В. Берданова, В.М. Вакуленко, В.В. Тертичка. – К. : ЗУКЦ, 2014. – 356 с.
 3. Білоцерківець В.В. Національна економіка : [навч. посібник] / В.В. Білоцерківець, О.О. Завгородня. – К. : ЦУЛ, 2010. – 280 с.
 4. Горлачук В.В. Економіка підприємства : [навч. посібник] / В.В. Горлачук, І.Г. Яненко. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – 344 с.
 5. Козловський В.О. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства / В.О. Козловський, І.В. Причепка // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 3. – С. 28 – 33.
-

БЛОК СХЕМА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

***Ігнатченко С. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Маркіна І. А., доктор економічних наук, професор***

Використання системи управління конкурентоспроможністю забезпечить стаке функціонування підприємства за будь-яких економічних, політич-

них, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Система управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою специфічну багатофункціональну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, серед яких виділено блоки управління рівнем та системою забезпечення конкурентоспроможності (рис. 1) [2, с. 222].



Рис. 1. Блок схема організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства [2, с. 223]

Блок 1. Обґрунтування вибору стратегії підприємства доцільно проводити за матрицею загальних стратегій конкуренції, враховуючи створені підприємством конкурентні переваги (зокрема перевага у витратах, диференціація і фокусування).

Блок 2. Досягнення синергетичного ефекту в системі управління конкурентоспроможністю виникає в результаті: кардинальної перебудови організаційно-господарської структури управління; створення продуктивних центрів прибутку і відповідальності за результати діяльності; впровадження підприємницького типу внутрішнього менеджменту підприємства; забезпечення комплексного підходу до реорганізації системи і структури внутріш-

нього управління підприємством; удосконалення організаційних форм і методів маркетингових досліджень.

Блок 3. Розформування системи управління персоналом і трудовою мотивацією на підґрунті підвищення об'єктивності оцінки результатів праці; створення умов для творчої праці; удосконалення механізму мотивації і відповідальності за забезпечення конкурентоспроможності; реорганізація системи навчання і перепідготовки кадрів з урахуванням вимог стратегічного менеджменту; забезпечення участі працівників у прийнятті управлінських рішень.

Блок 4. Комплексний підхід до підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, який передбачає: технічне переозброєння і модернізацію виробництва, впровадження прогресивних технологічних процесів; розробку ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, експортну орієнтацію товарної політики; розвиток співробітництва на взаємовигідних умовах із провідними фірмами; розробку та впровадження комплексної системи управління якістю; активізацію інвестиційної та інноваційної діяльності [1, с. 148].

Блок 5. Система планування діяльністю за диверсифікаційним підходом передбачає: проведення політики диверсифікації основної продукції з урахуванням динаміки змін кон'юнктури ринку; розробку і забезпечення взаємозв'язку перспективних, річних і оперативних планів продажів і прибутку; використання перспективного бізнес-планування; формування перспективних і річних бюджетів витрат; удосконалення методів планування й аналізу собівартості продукції; розробку організаційно-економічних заходів щодо виконання перспективних, поточних і оперативних планів.

Блок 6. Прогнозування та оцінка рівня конкурентоспроможності здійснюється такими методами як: графічні, матричні, розрахункові (метод, що базується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства, метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств конкурентів, метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції, інтегральний метод) та комбіновані методи [2, с. 149].

Блок 7. Удосконалення внутрішнього фінансового менеджменту підприємства, що дозволяє забезпечити керівництво фінансовою звітністю для внутрішнього контролю і прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо підвищення якості й конкурентоспроможності [3, с. 178].

Блок 8. Для формування інформаційного забезпечення системи управління необхідні: розробка інтегрованої системи управління для вирішення завдань менеджменту, впровадження передових інформаційних технологій і засобів зв'язку; розробка комп'ютерної системи управління якістю продукції; створення єдиної інтегрованої системи планування, нормування й обліку витрат; технічне забезпечення інформаційної системи.

Отже, застосування блок-схеми організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства : управління, оцінка, стратегія : [монографія] / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с.
2. Небава М. І. Удосконалення показників оцінювання конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі з метою забезпечення їх ефективного функціонування / М. І. Небава, Ю. О. Шалагай // Економічний простір. – 2015. – № 101. – С. 222-228.
3. Кулешова Г. М. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності продукції АПК / Г. М. Кулешова / Вісник ЖДТУ. – 2015. – № 1 (47). – С. 176-179.

ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ШКІЛ МЕНЕДЖМЕНТУ

*Ільченко А. І.,
здобувач вищої освіти (СТН) СВО «Бакалавр»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Сердюк О. І., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри публічного управління та адміністрування*

Нині сучасна ринкова економіка вимагає адекватної її системи управління, що повинна перетерпіти радикальні перетворення разом з іншими сферами суспільства. В умовах переходу до ринкових відносин найважливішим фактором успіху стає безупинне удосконалювання теорії і практики управління, розуміння яких неможливе без аналізу їх історичних аспектів становлення та розвитку.

Метою дослідження є аналіз історичних витоків управління персоналом, характеристика основних шкіл управлінської думки.

Актуальні питання управління персоналом та його історичні витoki аналізують у своїх працях науковці: Т. Ю. Базаров, О. П. Єгоршин, Т. В. Зайцева, А. Я. Кібанов, А. М. Колот, Л. І. Михайлова, Ю. Г. Одегов, ін.

Аналіз наукової літератури показав, що в історії розвитку менеджменту функціонували п'ять основних шкіл: 1) школа наукового управління (1885-1920 р.р.); 2) класична (адміністративна) школа управління (1920-1950 р.р.); 3) школа людських відносин (1930-1950 р.р.); 4) школа поведінкових наук (1950 р.-дотепер); 5) школа кількісного (економіко-математичного підходу (середина ХХ ст.-дотепер) [1, с. 23].

Ідеологом і родоначальником школи наукового управління є Фредерік Тейлор, який в основу теорії наукового управління заклав три принципових позиції: організація праці; наявність формальної структури організації; пошук механізмів співробітництва управляючого і керованого. Фредерік Тейлор розробив наукові засади нормування праці, методи підбору, розстановки і стимулювання працівників фірми, запропонував розподіл праці за видами робіт, виокремлення роботи з управління у спеціальність, планування операцій виробництва [1, с. 76-96]. В межах школи наукового управління

розвивається концепція управління трудовими ресурсами (labour resources use).

Класична школа управління базувалася на створенні універсальних принципів управління, дотримання яких, безперечно, забезпечить успіх підприємства. Першими представниками цієї школи були Г. Емерсон, А. Файоль, Г. Форд, А. К. Гастев та ін. Проте представники до кінця не усвідомлювали ролі і значення людського чинника, що у кінцевому рахунку є основним елементом ефективності організації. Концепція управління персоналом (personnel management) є складовою даної школи.

У 20-30-ті роки ХХ сторіччя зародилася школа людських відносин, у центрі уваги якої знаходиться людина [1, с. 184]. Тому, школа психології і людських відносин усунула недоліки класичної школи й отримала називу неокласичної. «Школа людських відносин» стала реалізацією нового намагання менеджменту розглядати кожну організацію як певну «соціальну систему». Всі питання потрібно розглядати через призму взаємовідносин з власне людським соціальним аспектом виробництва.

З 1950 р. по теперішній час починається етап розвитку поведінкової школи, основоположником якої став Честер Бернارد (1886-1961 р.р.). Поведінковий підхід став надзвичайно популярним і охопив майже всю сферу управління в економічно розвинутих країнах. Прихильники школи поведінкових наук вважали, що вони знайшли найбільш ефективний шлях розв'язання проблем успішного управління «від ефективності працівника – до ефективності організації» [3, с. 150]. Це неабияке досягнення управлінської думки в сфері використання людських ресурсів (концепція управління людськими ресурсами (human resource management)).

Основним завданням кількісної школи в менеджменті є забезпечення керівників інформаційною базою, необхідною для прийняття рішень. Представники інженерних наук, статистики, математики зробили вагомий внесок у розвиток кількісної школи, що суттєво вплинуло на впровадження рекомендацій даної школи і процес комп'ютеризації [2, с. 216]. Вони розглядали управління як певний логічний процес, котрий можна відобразити за допомогою відповідних математичних моделей і на основі цього забезпечити прийняття оптимальних управлінських рішень. Фактично дослідження теоретиків цієї школи спрямовані на розробку кількісних методів обґрунтування управлінських рішень.

Більшість методів і засобів кількісної школи мають такі характеристики: 1) увага зосереджується на прийнятті рішення: основний і кінцевий результат аналізу повинен втілюватися у вигляді керуючого впливу. Процес прийняття рішення є основною складовою частиною повсякденної діяльності керівників; 2) критерієм вважається економічна ефективність. Вибір керуючого впливу повинен здійснюватися на основі порівняння величин, які характеризують стан підприємства і впливають на його процвітання в майбутньому; 3) використання формалізованих математичних моделей, які є, по суті, можливими варіантами вирішення проблеми; 4) залежність від комп'ютера.

Внесок кількісної школи: розробка та застосування моделей для поглибленого розуміння управлінських проблем; розвиток кількісних методів на допомогу керівникам у складних ситуаціях. До недоліків школи науковці відносять: вузькоспеціалізований підхід до управління; неможливість повного врахування людського чинника.

Вищим рівнем розвитку думки в сфері управління людськими ресурсами є концепція управління людиною (human being management) – людина головний ресурс організації і особливий об'єкт управління, який не може розглядатись як «ресурс». Виходячи з бажань і здібностей людини будується стратегія і структура організації.

Отже, провівши аналіз історичних витоків управління персоналом, можна підсумувати, що менеджмент розвивався протягом століть, перш ніж перетворився в самостійну галузь знання, основні школи управлінської думки відіграли значну роль у розвитку даної науки.

Список використаних джерел

1. Кузнецова Н. В. Історія менеджменту: формування основних шкіл / Н. В. Кузнецова. – Л.: Вид-во Владивосток, 2002. – 387 с.
 2. Романова Е.С. Психологические основы профессиографии [Практикум] / Е. С. Романова, Г. А. Суворова. – М. : МГПИ, 1990. – 142 с.
 3. Управление эффективностью и качеством: модульная программа. В 2-х ч. / Под ред. И.Прокопенко, К.Норта; пер. с англ. – М. : Дело, 2001. – Ч. 2. – 800 с.
-

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

*Іцкович З. Д.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

Вакулєнко Ю. В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Мотивація у ДП «ДГ «Степне» є одним із найважливіших факторів підвищення ефективності діяльності усієї організації, завдяки сукупності рушійних сил, спонукаючи працівників до здійснення певних дій.

Для створення ефективної системи мотивації на підприємстві керівник повинен розуміти і пам'ятати, що однією заробітною платою підлеглих стимулювати неможливо, оскільки після декількох підвищень рівня заробітної плати даний вид матеріального стимулу втрачає свою здатність до мотивування. З іншої сторони, оскільки ціллю працівника є кар'єра, можливість професійного росту змусять його працювати більш ретельно та наполегливо [4, с. 15].

Один із способів підвищення продуктивності праці працівників і покращення якості робіт, які вони виконують, – це вплив на їхню трудову поведінку. Для цього використовувалися різні методи впливу – матеріальні винагороди, примус, догани, депреміювання тощо. На сьогодні така ситуація продовжує зберігатися в ДП «ДГ «Степне», хоча вже давно відомо, що примусити людей віддавати роботі

максимум зусиль можна іншим способом, який полягає в поєднанні інтересів працівників і роботодавців [2]. Тобто управління має здійснюватися на основі загальної згоди. На будь-якому підприємстві існує дві сторони, між якими задля ефективної діяльності необхідно досягти згоди – це роботодавець і трудовий колектив. Об'єднує їх спільна праця, яка в цьому контексті розглядається як докладання людиною розумових та фізичних зусиль для одержання корисного результату в задоволенні своїх матеріальних та духовних потреб [1, с. 13]. А очікуваний результат від праці в роботодавця й працівників підприємства різний.

Згода між роботодавцем і працівником буде досягнута, якщо роботодавець внаслідок своєї праці отримає прибуток, а кожен представник трудового колективу внаслідок своєї праці задовольнить власні матеріальні та духовні потреби. Задоволення матеріальних та духовних потреб здійснюється через мотивацію, яку розглядають як сили, що існують усередині людини або поза нею та збуджують у ній ентузіазм і завзятість до виконання певних дій [3].

Оцінка системи мотивації персоналу дає можливість привести фактори підприємства, які є незадовільними для ДП «ДГ «Степне»:

- санітарно-технічні умови праці;
- незадоволення працею підлеглих, колег;
- можливість самореалізації (з боку робітників виробничої діяльності);
- заробітна плата (з боку робітників виробничої діяльності);

Вищенаведені проблеми системи мотивації персоналу та видимі потреби персоналу спонукають до визначення та знаходження різних інструментів для вдосконалення рівня системи мотивації персоналу аграрних підприємств.

Заходи по розвитку системи мотивації і стимулювання персоналу на аграрних підприємствах неминуче вимагають удосконалення застосування соціально-психологічних методів і системи матеріального винагородження (рис. 1).

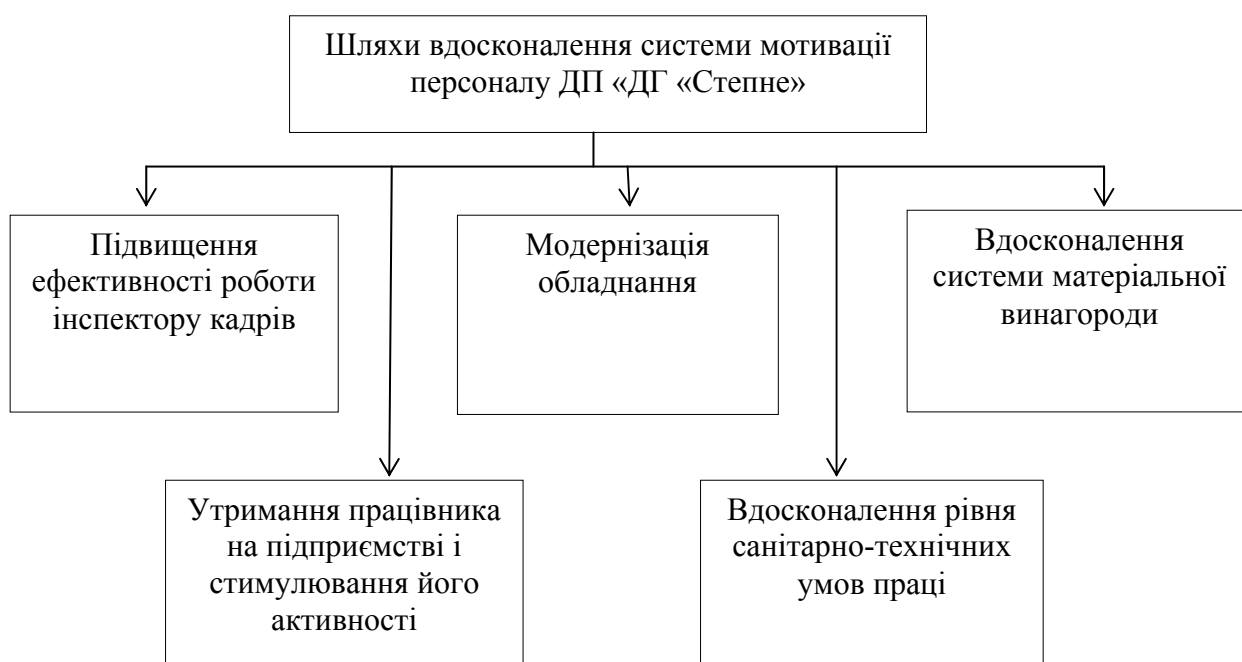


Рис. 1. Шляхи вдосконалення системи мотивації персоналу ДП «ДГ «Степне», 2018 р.

Створення мотиваційного середовища на підприємстві, насамперед, максимально зацікавить людей у реалізації свого фізичного та інтелектуального потенціалу, що являється головним завдання сучасних менеджерів.

Список використаних джерел

1. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник / [Колот А.М., Грішнова О.А., Герасименко О.О., Завіновська Г.Т., Петрова І.Л. та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2009. – 711 с.
2. Калина А.В. Підвищення ролі мотиваційних та стимулюючих важелів в умовах ринкової економіки / А.В. Калина // Вісник соціально-економічних досліджень Одеського державного економічного університету. – Одеса, 2008. – Випуск 32. – С. 152-158.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник / А. М. Колот. – К.: НКЕУ, 2002. – 337 с.
4. Колот А. М. Мотивація, стимулювання і оцінка персоналу : [навч. посібник] / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с. – С. 15–19.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Йосипенко О.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент*

Стратегічне планування – це систематизовані та більш-менш формалізовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм. У свою чергу, розробка планів як специфічний вид діяльності – це послідовний інтеграційний процес, що складається з кількох взаємопов'язаних етапів:

- встановлення цілей;
- визначення стратегій («стратегічного набору») та заходів щодо їхньої реалізації;
- передбачення послідовності дій у межах досить тривалого часу та закріплення її у планах, проектах і програмах різного типу, що є інструментами досягнення цілей та реалізації стратегій;
- організація виконання планових завдань;
- облік, контроль та аналіз їхнього виконання.

Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління. Воно являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації [1].

Підприємства самостійно господарюють в умовах ринку, саме тому особливої ваги набула здатність цих підприємств так спланувати свою діяльність, щоб не стати банкрутом, а ще краще – щоб отримувати прибуток, тим самим підвищуючи добробут населення.

Виходячи з різноманітності характеристик підприємств, можливі різні підходи до організації системи стратегічного управління загалом і стратегічного планування зокрема.

На основі загальних принципів кожне підприємство обирає ту чи іншу систему, робить акцент на окремих сторонах діяльності підприємства, вводячи цей орієнтир, як основу планування.

Нові підходи процесу планування мають відповідати таким чинникам:

– підприємство має розглядатись як відкрита система, тобто адаптуватися до змін у політиці, економіці, технології, екології та ін.;

– планування повинно мати дух підприємництва, тобто вміти ризикувати, без чого не можливо виробити стратегію розвитку і зростання;

– планування слід розглядати як процес.

Існують наступні підходи до розвитку на підприємстві процесу стратегічного планування:

1) Модель стратегічного планування, що базується на врахуванні ринкових переваг. Ця модель тісно пов'язана з використанням результатів SWOT-аналізу. Основна увага приділяється врахуванню інтересів акціонерів (зовнішніх і внутрішніх), які беруть участь у прийнятті рішень стосовно заходів, які забезпечують довгостроковий розвиток підприємства.

2) Модель стратегічного планування, орієнтована на створення та підтримку конкурентоспроможності підприємства. Модель, орієнтована на конкурентоспроможність, відіграє велику роль у розвитку міжнародних зв'язків, коли конкуренція виходить за межі однієї країни.

3) Модель стратегічного планування, орієнтована на створення позитивного іміджу. Механізм формування позитивного іміджу складний і охоплює розробку та реалізацію заходів щодо створення продукції або надання послуг відповідно до вимог споживачів і суспільства й широке застосування механізмів public relation.

4) Моделі стратегічного планування, що враховують розміри підприємств. Необхідність всебічного обґрунтування планів зумовлена високою ціною помилки, яка може призвести до збитків і навіть до банкрутства. Великі підприємства витрачають значні кошти та час на доплановий аналіз і процес планування, оформлення та узгодження великої кількості документів.

Розглядаючи наведені підходи до розвитку процесу стратегічного планування, можна зробити висновок про наявність єдиної методики стратегічного планування – активної адаптації до зовнішнього середовища з врахуванням потреб підприємства, а також декількох загальних етапів планування, які повторюються в різних схемах процесу планування.

Список використаних джерел

1. Стратегічне планування на підприємстві. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-16819-1.html>. – Назва з титул. екрану.

2. Моделі розвитку стратегічного планування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/26662/>. – Назва з титул. екрану.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Калініченко А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дивнич О. Д., кандидат економічних наук, доцент*

До інноваційних технологій зниження собівартості виробництва продукції рослинництва можна віднести, перш за все, GPS (Global Positioning System) навігацію, яка представляє собою систему управління сільськогосподарською технікою за допомогою супутникової системи, забезпечуючи вимір відстані, часу та визначення місце розташування. Ці системи використовують системи супутникової навігації для визначення поточного положення сільгосптехніки. Таким чином досягається дуже висока точність водіння відповідно до заданої траєкторії навіть в умовах поганої видимості. Використання таких систем в сільському господарстві дає значну економію коштів і збільшує продуктивність.

Система паралельного водіння на базі GPS навігації є важливим допоміжним засобом зменшення неефективних витрат при проведенні агротехнічних робіт. Особливо ефективне використання такої системи досягається при керуванні широкозахватними агрегатами на великих за розміром полях чи ділянках, де досить складно точно дотримуватися стикових міжрядь.

Використання найпростішої системи паралельного водіння дозволяє працювати вночі або за поганої видимості, зменшити перекриття з 1,5 м (звичайна величина) до 30 см, на полі площею 100 га загальне перекриття зменшується з 7,5 га до 1,5 га [1, с. 19].

Система паралельного водіння дозволяє:

- вибрати один із способів забезпечення курсу – по прямолінійних паралельним коліям, по криволінійних паралельним коліям, з оздоблення;
- розрахувати розміри ділянки і периметр всього поля;
- оповістити звуковим сигналом підхід до точки повороту для заходу на сусідню колію, враховуючи наперед заданий поворотний радіус;
- забезпечити повторне вирівнювання при обробках рядів кукурудзи, соняшнику, цукрового буряку;
- відображати кількість оброблених рядів, напряму і відстані для повернення на місце незакінченої роботи;
- встановити денний або нічний режим для адаптації до світлової обстановці;
- видавати аварійні сигнали: неточності і помилки GPS, відсутність сигналу DGPS (диференціального GPS), накладення обробки тощо;

– відображати на дисплеї: номер колії, бічне відхилення, розрахункову площу, оброблену площу, необроблену, повторно оброблену, напрямок, периметр поля тощо;

– записувати в пам'ять і відображати особливі точки (точки інтересу).

Застосування біологічно активних речовин на посівах сільськогосподарських культур дозволяє компенсувати дію екстремальних чинників зовнішнього середовища. Регулятори росту рослин – природні фітогормони, їх синтетичні аналоги чи композиційні препарати, які дозволяють цілеспрямовано регулювати найважливіші процеси росту та розвитку рослинного організму, найефективніше реалізувати потенційні можливості сорту. Біостимулятори не підвищують продуктивності посівів, а лише активізують біологічні процеси рослинних організмів та посилюють проникливість міжклітинних мембран, що сприяє повнішому розкриттю їхнього біологічного потенціалу врожайності.

Комплексна обробка насіння і обприскування посівів сприяють: розвитку потужної кореневої системи; підвищенню зимостійкості озимих культур за рахунок накопичення цукрів і поглиблення вузла кущіння; розвитку в зоні кореневої системи необхідних рослинам еколого-трофічних груп мікроорганізмів, у тому числі фосфатмобілізуєчих і азотфіксуєчих бактерій; розвитку популяцій мікроорганізмів, здатних до продукування антибіотичних речовин; підвищенню вмісту фотосинтетичних хлорофілів; біосинтезу стресових білків теплового шоку; зниженню норми висіву насіння на гектар; зменшенню захворюваності рослин; зменшенню вилягання рослин завдяки зміцненню стінки стебла; зменшенню мутагенної дії гербіцидів і радіонуклідів; підвищенню якості продукції; підвищенню врожайності на 12 – 20 % [2].

Отже, посилюються процеси живлення, дихання та фотосинтезу, підвищується на 20 – 30 % використання добрив. Повніше реалізується генетичний потенціал рослин, створений природою та селекційною роботою.

Таким чином, впровадження систем управління сільськогосподарською технікою за допомогою супутникової системи та застосування біологічно активних речовин (стимуляторів росту рослин) є ефективними напрямками підвищення рентабельності сільськогосподарського виробництва.

Список використаних джерел

1. Гончаров В. М. Шляхи підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва / В. М. Гончаров, Н. В. Зинченко // Економіка АПК. – 2012. – № 2. – С. 18 – 21.
 2. Офіційний веб-сайт державного підприємства МНТЦ «Агробіотех» НАН України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrobiotech.com.ua/uk/>.
-

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АДАПТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Карпова І. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент (Магістерська програма
«Бізнес-адміністрування»)»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Протас Н. М., кандидат сільськогосподарських наук, доцент*

Стійке економічне зростання підприємства на сучасному етапі економічних реформ потребує нетрадиційних підходів до вдосконалення управління. Проблеми системної інтеграції різних аспектів управління підприємствами в умовах постійних змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі є надто актуальними, оскільки зумовлені також і тим, що в сучасних, швидко змінних економічних обставинах важливою є швидка й адекватна реакція на події, що відбуваються, уміння адаптуватися до змін і ситуацій, що виникають. Отже, виникає потреба у запровадженні нових теоретичних і методологічних рішень, які враховували б специфічні особливості розвитку вітчизняних промислових підприємств в умовах ринку з властивими йому кризовими явищами.

Актуальність даної теми обумовлена тим, що одним із найважливіших напрямів забезпечення сталості економіки є розробка та впровадження ефективної системи адаптації до змін зовнішнього середовища підприємств, що сприятиме його стабільному функціонуванню на ринку, здобуванню конкурентних переваг, незважаючи на значні впливи політичних, економічних і соціальних чинників.

Метою даного дослідження є розкриття аспектів формування системи адаптивного стратегічного управління розвитком підприємства.

Теоретичні та практичні аспекти адаптивного управління підприємством розглядаються у наукових працях зарубіжних і вітчизняних вчених: Д. Аакера, Г. Аубакірової, Ю. Балибердіна, С. Глаголева, П. Друкера, Н. Зябліцької, К. Марченкової, Ю. Маслодудова, А. Троїцького, М. Одінцова, М. Хамера, А. Цибізова, Д. Чампі й інших. Однак поширені в економічно розвинених країнах технології і методи адаптації не завжди є прийнятними, хоча можуть бути впроваджені на вітчизняних підприємствах. Проте в Україні ця проблематика є недостатньо дослідженою.

Формування механізму стратегічної адаптації являє собою зміст процесу адаптивного стратегічного планування, що являє собою інтегровану систему обґрунтування пристосованих до особливостей зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей об'єкта моделей стратегічного управління, які формують методологічний базис реалізації встановлених стратегічних цілей та ефективних напрямів стратегічного розвитку на шляху досягнення організацією цільового стану і положення на ринку.

Продуктом адаптивного стратегічного планування є стратегія, узагальнене визначення якої слід давати з врахуванням моделі стратегічного управління, на базі якої вона сформована. Модель стратегічного управління визначає форму стратегії, а її концептуальні ознаки пов'язані з предметом і об'єктом стратегічного регулювання.

Адаптивний потенціал, розрахований за конкретними показниками, що висвітлюють різні сторони діяльності підприємства, може виступати критерієм оцінки ефективного функціонування сільськогосподарських процесів. Такий потенціал стосовно конкретного підприємства характеризує як виробничі можливості, так і інтегральні здібності підприємства максимізувати ефективність господарської діяльності шляхом раціонального використання ресурсів, інноваційних можливостей і адекватної реакції на вплив факторів зовнішнього середовища. Встановлено, що сучасні умови функціонування ринкової системи такі, що адаптація підприємств залежить насамперед від ефективного використання їх внутрішнього потенціалу. Реалізація пріоритетів довгострокового розвитку, які задають контури ринкової політики, неможлива без внутрішньої перебудови самого підприємства – появи нових функцій і видів діяльності, підвищення його комунікаційної активності, створення умов для управління інтегрованими процесами, комплексного використання маркетингового інструментарію.

Механізм адаптації підприємств полягає у виявленні різних внутрішньовиробничих факторів їх діяльності та взаємовідносин із зовнішнім середовищем. До факторів, що розкривають механізми адаптації підприємств можуть бути віднесені: особливості орієнтації в соціально-економічному просторі; досягнення активності/пасивності органів управління, креативність рішень, прийняття «нових» цінностей, уміння робити вибір, багатоваріантність розвитку [1, с. 77].

Прискорення адаптації багато в чому залежить від інституціонально-правового й фінансового регулювання інтелектуальної діяльності фізичних та юридичних осіб у сфері науки й наукового обслуговування, реалізації здібностей підприємства до якісних змін шляхом перетворення знань в інноваційні блага в межах інноваційно-інвестиційної системи. Остання повинна мати структурні якості – складність та ієрархічність, функціональні – стійкість та інформаційність. Крім того, володіючи такими якостями, як адаптивність, здатність до відновлення й динамічність, будучи елементом інфраструктури, система насичує реальний сектор інноваційно-інвестиційними ресурсами [2, с. 229].

Прискорення адаптації аграрних підприємств залежить від реалізації таких заходів [3, с. 72]:

- встановлення вихідних параметрів адаптивного потенціалу підприємства на базі досягнутих показників у попередньому періоді та їх коректуванні відповідно до результатів аналізу сформованих умов виробництва;
- розробки заходів, що підвищують загальний рівень виробничого потенціалу підприємства;

- коректування параметрів потенціалу підприємства з урахуванням поліпшення умов функціонування виробництва; перевірки на відповідність фактичної величини потенціалу підприємства необхідній величині;
- формування нових адаптивних виробничих структур з метою доведення наявного потенціалу цільового призначення до необхідної величини;
- розподілу потенціалу за структурними підрозділами й етапами життєвого циклу продукції;
- формування систем внутрішньої та зовнішньої підтримки функціонування аграрних підприємств у реальному режимі.

Функціонування підприємств у динамічних умовах ринку, що супроводжуються високим ступенем мінливості й невизначеності зовнішнього середовища, зумовлює необхідність формування механізму стратегічного управління ними. Складовим елементом механізму стратегічного управління є стратегічні резерви підприємства, а результатом порівняння унікальних та порогових можливостей і ресурсів підприємства – формування резервних стратегічних можливостей, які дозволяють підприємству підвищити свій конкурентний статус.

Використання в практичній діяльності аграрних підприємств комплексу параметрів адаптації системи стратегічного управління під час їх поетапної реалізації, від управління розвитком проектів (продуктів) до взаємодії зі споживачами та інтеграційної взаємодії в мережі підприємств сільськогосподарської продукції, дасть змогу поступово перейти від наявної системи управління до адаптивної системи стратегічного управління підприємства, спрямованої на сталий розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Панкратова Л. А. Адаптація підприємств в ринковій економіці / Л. А. Панкратова // Агроінком. – 2005. – № 5-6. – С. 77-79.
 2. Татарнікова Н. І. Економіко-математичне моделювання управління адаптацією трудового потенціалу підприємства / Н. І. Татарнікова // Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія економічна. – № 32. – Львів: 2003. – С. 298-304.
 3. Глаголев С. Н. Адаптация, экономическая устойчивость и конкурентоспособность промышленного предприятия / С. Н. Глаголев // Вестник БУПК. – 2009. – № 1(29) – С. 68–74.
-

НЕПЕРЕРВНИЙ ДЕТЕРМІНОВАНИЙ ПРОЦЕС ЗМІНИ ВАРТОСТІ АКТИВУ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЙОГО МОДЕЛЮВАННЯ

**Киценко О.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Костоглод К.Д., доцент**

Зміну вартості активу рекомендується розглядати не на дискретних, а на неперервних моделях. Для неперервного детермінованого процесу зміни вар-

тості активу $V(t)$ часовий інтервал береться дуже коротким (нескінченно малим) dt , протягом якого інвестор може здійснювати вибір між вкладеннями в даний актив і доходом по депозиту. Нехай придбання даного активу (рішення приймається в момент (точці) часу t) дає інвесторові право на періодично отримуваний (купонний) дохід $C(t)$, а також на отримання доходу від приросту нескінченно малої капітальної вартості активу в кінці розглядуваного періоду (dV). Інвестор здійснить вкладення коштів у придбання активу, якщо сумарна дохідність від інвестицій, тобто купонний дохід і приріст вартості активу, буде бодай не меншою, ніж дохід, гарантований даним станом ринку, наприклад від грошового депозиту того самого обсягу в надійному комерційному банку $rV(t)dt$. Оскільки майже завжди можна припускати виконання умови ненасичення, тобто раціональний інвестор завжди воліє мати якомога більший дохід (за допустимого ступеня ризику), то нерівність можна замінити на рівняння:

$$rV(t)dt = C(t) dt + dV \quad (1.1)$$

за відомої величини купонного доходу $C(t)$ та ринкової ставки відсотка r . Рівняння (1.1), як заведено говорити, відображає умову відсутності арбітражного прибутку (no-arbitrage conditions), відіграє важливу роль у сучасній економічній і фінансовій теорії й уважається виконуваним на ефективних ринках [1].

У рівнянні (1.1) ліворуч стоїть величина, котра визначає вимоги інвестора щодо дохідності даного активу відповідно до ринкової ставки відсотка, праворуч — сума поточного доходу для облігації (чи дивіденду для акції) і приросту капітальної вартості активу за нескінченно малий період часу dt . Таким чином, інвестор обере даний актив (інвестує в нього) в тому разі, якщо його дохід буде не вищим і не нижчим за дохідність будь-якого іншого активу за ставкою ринкового відсотка $r > 0$. У протилежному випадку можливим є арбітраж, тобто отримання додаткового доходу за рахунок простого перерозподілу коштів, ресурсів. У випадку економічної рівноваги такі можливості відсутні, оскільки вибір є оптимальним, а тому сенс рівняння (1.1) полягає в описі умов економічної рівноваги, чи no-arbitrage conditions.

Відсутність умов арбітражу на ефективному ринку (1.1) можна проілюструвати з огляду на такі міркування. Припустимо протилежне: наприклад, дохід від даних вкладень (придбання даного активу) дещо вищий від ринкового, тобто має місце нерівність:

$$rV(t)dt < [C(t) dt + dV]$$

У цьому випадку раціонально діючий інвестор братиме позичку в банку за ринковою ставкою, якщо припустити існування такої можливості, та вкладатиме її у даний актив, отже, зароблятиме на експлуатації ринкової недосконалої.

Однак, навіть якщо така можливість існує, то навряд чи вона існує досить тривалий час, оскільки в умовах вільної конкуренції збільшення заявок на позички примусить банки підвищити відсоток, а збільшення попиту на певний актив спричиниться до підвищення його ціни, знизивши тим самим його

го дохідність. Можна припустити, що ці процеси відбуватимуться доти, доки не встановиться рівняння (1.1). Навпаки, за нерівності

$$rV(t)dt > [C(t) dt + dV]$$

відсутність попиту на певний вид інвестицій приведе до зниження їхньої ціни, отже, і привабливості для інвесторів, тимчасом як численні депозити потягнуть за собою зниження банківського відсотка. Отже, розглянуті ситуації матимуть місце до встановлення тенденції ринкової рівноваги.

Таким чином, на ефективному ринку досконала конкуренція веде до вирівнювання «стандартної дохідності» й до ринкового відсотка. Відсутність умов арбітражу вважається надзвичайно важливою характеристикою ефективного ринку, котра означає, що безкоштовно ринок нічого не дає, а будь-яка можливість, що її надає ринок, обов'язково має свою ціну, котру треба сплачувати. Гіпотеза щодо ефективного ринку має важливе значення для сучасної теорії фінансів, а її адаптація для макроекономічних процесів значною мірою сприяє формуванню гіпотези раціональних очікувань і побудові моделі неокласичної рівноваги [2].

Розгляньмо умову відсутності арбітражу (1.1) з формального погляду, тобто як рівняння, розв'язки котрого потрібно відшукати. Нехай ставка дохідності й купонний дохід є відомими функціями від часу, і рівняння (1.1) матиме вигляд:

$$\frac{dV}{dt} = r(t)V(t) - C(t). \quad (1.2)$$

Загальний розв'язок звичайного неоднорідного диференційного рівняння першого порядку (1.2) можна відшукати, зокрема, методом варіації довільної константи у вигляді

$$V(t) = A(t)\exp\{R(t)\}, \quad (1.3)$$

де $A(t)$ — невідома постійна, що є функцією часу, а $R(t) = \int_0^t r(\tau) d\tau$.

Диференціюючи (1.3) та підставляючи результати у (1.2), знайдемо за заданих поточних умов $V(0) = V_0$ загальний розв'язок рівняння арбітражу у вигляді:

$$V(t) = \exp\{R(t)\} \left[V_0 - \int_0^t C(\tau) \exp\{-R(\tau-t)\} dt \right] \quad (1.4)$$

Відшуканий розв'язок є ніби «поглядом у майбутнє»: вартість активу в будь-який момент майбутнього визначається як зміна початкових умов (початкової вартості активу) під впливом ставки відсотка й купонних сплат. Економічний сенс розв'язку є досить прозорим: у майбутньому вартість активу зростає відповідно до ставки відсотка, а обсяги купонних сплат майбутню вартість активу зменшують.

Зазначимо, що для багатьох економічних процесів зручніше припустити відомими значення процесу не в початковий момент часу, а в кінцевий $t = T$.

Вартість активу може бути заданою умовами контракту на деякий кінцевий момент часу в майбутньому, наприклад, як вартість боргу (сума, що взята в борг разом з відсотками) $V(T) = V_T$. У цьому випадку розв'язок (1.2) відшуковують немовби з кінця, як «погляд у минуле», за відомого кінцевого значення процесу. Підстановкою $t' = T - t$ рівняння арбітражу зводиться до вигляду:

$$\frac{dV}{dt'} = -r(t')V(t') + C(t') \quad (1.5)$$

і означає, що протягом нескінченно малого періоду часу dt вартість боргу, котра в кінці нього дорівнює величині V_t , зменшується на величину $r(t')V(t') dt'$ за відсутності арбітражного прибутку. Розв'язок (1.5) відшукується аналогічним способом варіації довільної змінної, який приводить до знаходження функції

$$V(t') = \exp\{-R(t')\} \left[V_T + \int_0^{t'} C(\tau) \exp\{R(\tau - t')\} d\tau \right]. \quad (1.6)$$

Зокрема, за постійних значень купонного доходу $C(t') = C$ і ставки відсотка $r(t') = r$ отримуємо

$$V(t') = \left[V_T - \frac{1}{r} C \right] \exp\{-rt'\} + \frac{1}{r} C.$$

Розв'язок (1.6) показує, що поточна ринкова вартість боргу являє собою дисконтовану за ставкою відсотка величину вартості боргу, скориговану на величину дисконтованої вартості купонних сплат [2].

Список використаних джерел

1. Кігель В.Р. Математичні методи ринкової економіки: [навч.посібник] / В.Р. Кігель. – К.: Кондор, 2003. – 158 с.
2. Шелобаев С.И. Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе: Учебн.пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ: ДАНА, 2000. – 367 с.

ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ «ПАРУС-ПЕРСОНАЛ» В МЕНЕДЖМЕНТІ

*Клюшник І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Балдінська Н.О., старший викладач кафедри*

В сучасних умовах стрімко зростає попит на інформацію та інформаційні послуги. В зв'язку з цим технологія опрацювання інформації намагається використовувати найширший спектр технічних засобів і, передусім, комп'ютерну техніку та цифрові електронні засоби комунікації. На їх основі створюються обчислювальні системи і мережі не лише для накопичення, збереження та перетворення інформації, а й для максимального наближення те-

рминальних пристроїв до робочого місця фахівця або керівника, який приймає рішення.

З долученням України до світової економічної системи прискорились процеси впровадження в усі сфери соціально-економічного життя суспільства останніх досягнень інформатизації.

Інформатизація – це сукупність взаємопов'язаних правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних та виробничих процесів, які спрямовані на задоволення інформаційних потреб окремих громадян і суспільства в цілому, і які використовують для цього сучасні інформаційні технології та інформаційні системи.

Інформатизація в області управління економічними процесами ставить собі за мету підвищення продуктивності праці працівників за рахунок зниження співвідношення "затрати/обсяги виробництва". Для цього вона вимагає підвищення кваліфікації та професійної грамотності зайнятих управлінською діяльністю фахівців.

Використання ІС дозволяє менеджерам різних рівнів наступне:

- використовувати єдиний інформаційний простір;
- ширше застосовувати математичні методи в економіці;
- узгоджувати економічні процедури з рекомендаціями світової спільноти.

Інформаційні системи і технології дають можливість оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції за рахунок застосування сучасних засобів отримання, опрацювання та передавання інформації.

Система інформаційного забезпечення менеджменту базується на засобах автоматизованого збору інформації та її опрацювання на підприємстві чи в організації. Важливе місце в такій системі займають автоматизовані робочі місця (АРМ), які забезпечують збір та опрацювання інформації в режимі виробництва. Крім цього, така система забезпечує менеджера необхідною регламентуючою та нормативною інформацією.

Для прикладу наведемо перелік об'єктів інформації для менеджерів різних напрямів, передбачений в інтегрованій системі управління підприємством ПАРУС. Ця система в стандартній конфігурації включає наступні підсистеми: ПАРУС - Бухгалтерія; ПАРУС - Реалізація і Склад; ПАРУС - Консолідація; ПАРУС - Роздрібна торгівля; ПАРУС - Персонал; ПАРУС - Заробітна плата; ПАРУС - Менеджмент і Маркетинг; ПАРУС - Консультант.

«Парус» — серія програмних продуктів ПП «Парус», призначена для автоматизації бізнес-задач підприємств малого та середнього бізнесу, великих корпорацій та холдингів, а також бюджетних установ і організацій.

Програмні продукти «Парус» широко використовуються не лише на підприємствах й в установах Росії і України, але й у країнах колишнього СНД.

Об'єктами інформації в підсистемі ПАРУС - Персонал зокрема можуть бути:

- реєструвати в системі анкети працівників;
- створювати штатний розпис за працівниками;

- вести в системі стандартні кадрові накази (приймання, звільнення, переміщення, відпустки);
- вести таблиці працівників;
- вести розширений облік відпусток;
- виконувати необхідні дії з лицьовими рахунками працівників;
- вести облік інформації про перепідготовку, підвищення кваліфікації, атестацію, стягнення і заохочення, наукові праці, наукові степені і звання, зарахування в резерв та про військовий облік.

Список використаних джерел:

1. Батюк А.Є. та ін. Інформаційні системи в менеджменті: Навчальний посібник. - Львів: НУ "Львівська політехніка", 2004.
 2. Ромашко С.М. Опорний конспект лекцій з дисципліни "Інформаційні системи в менеджменті". – Львів: ЛІМ. – 2007. – 49с. <http://www.lim.lviv.ua/files/konspectlec/romashko/ICM.pdf>
 3. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Парус_\(програмний_продукт\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Парус_(програмний_продукт)).
-

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

*Коваленко О. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Снітко О. П., кандидат технічних наук, доцент*

Аграрне виробництво в усі часи розглядалося головною турботою держав, враховуючи незамінність його продукції у життєдіяльності людини. Пріоритетність соціального розвитку села і агропромислового комплексу у народному господарстві стала висхідним пунктом формування законодавства України. Досконалість стратегічного управління аграрним виробництвом – це критерій розвитку країни. У теорії управління першорядною функцією є планування. Тому формування досконалої системи стратегічного планування є визначальною передумовою розвитку галузі зокрема та держави загалом [2, с. 24].

Аналіз теорій та концепцій стосовно сфери стратегічного планування свідчить про те, що інструментальне його втілення у практику здійснюється як розподілений процес взаємодоповнюваних сутностей. Стратегія пов'язана, перш за все, із передбачуваними максимально довгостроковими цілями, тоді як планування – із послідовною їх реалізацією, починаючи від оперативних і закінчуючи довгостроковими плановими документами. Тому найскладнішим аспектом стратегічного планування взагалі і агропромислового виробництва

зокрема є визначення різновидових і різнорівневих пріоритетів розвитку [1, с. 1119].

Синергетичний ефект виникає у системах при їх здатності безперервно пристосовуватися до динаміки зовнішнього та внутрішнього середовищ для створення сприятливих передумов власного існування. Тобто тільки коли галузеві виробничі системи мають чіткі орієнтири, втілені у довгострокові стратегії і плани, аграрне виробництво перетворюється на сукупність повноцінних суб'єктів господарювання, які здатні ефективно взаємодіяти із державним управлінням сталим розвитком. Цей підхід втілено у розвинутих країнах світу, де аграрне виробництво вже десятиліття працює у режимі системного програмування вирощування врожаїв і продуктивності тварин. В Україні сталий розвиток законодавчо визнаний особливим її пріоритетом [3, с. 26].

Законодавство визначає економічну стратегію як курс, розрахований на тривалу перспективу для вирішення великомасштабних завдань розвитку, забезпечення економічної безпеки держави (визначення пріоритетних цілей господарства, засобів їх реалізації тощо). З теоретичної точки зору, стратегія це вирішення компромісів у конкуренції, вибір того, від чого керівник має відмовитися на етапі приведення керованої системи до стану її унікальності та конкурентоспроможності. Алгоритм втілення стратегічних прогнозів у проекти і програми пов'язаний з вимогами інноватизації та інвестування об'єкта. Ці процеси визначені провідними вченими та основними засадами аграрної політики держави на період до 2018 р. як окремі пріоритети, через які забезпечується зв'язок між стратегіями і планами розвитку галузі (рис. 1).



Рис. 1. Схема формування системи стратегічного планування у розрізі факторів і рівнів галузевого розвитку [1, с. 1119]

Аналіз теорій та концепцій стосовно сфери стратегічного планування свідчить про те, що інструментальне його втілення у практику здійснюється як розподілений процес взаємодоповнюючих сутностей. Стратегія пов'язана, перш за все, із передбачуваними максимально довгостроковими цілями, тоді як планування – із послідовною їх реалізацією, починаючи від оперативних і закінчуючи довгостроковими плановими документами.

Список використаних джерел

1. Брусенко М. А. Системний аналіз стратегічного управління / М. А. Брусенко // Економіка : проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. – Випуск 189: В 5 т. – Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. – С. 1119-1125.

2. Гончар В. В. Развитие стратегического управления в контексте научно-технического прогресса/ В. В. Гончар, С. Б. Горяинова // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2. – С. 23-25.

3. Кропивко М. Ф. Направления реформирования системы управления аграрным сектором в условиях децентрализации власти и развития интеграционных процессов / Кропивко М.Ф. // Экономика АПК. – 2016. – № 6 – С. 26-29.

ОСОБЛИВОСТІ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Кононенко А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес адміністрування»),
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Сазонова Т. О. кандидат економічних наук, доцент**

Фінансові ресурси є категорією, що забезпечує діяльність та розвиток усіх суб'єктів ринкових відносин, характеризуючи при цьому внутрішні можливості, форми, методи і напрями їх формування і використання. Вони є основою створення капіталу суб'єктів господарювання та можливостями створення майбутніх доходів і прибутків.

Фінансовими ресурсами підприємства називають грошові кошти, що перебувають у розпорядженні підприємства на постійній або тимчасовій основі [1, с. 183].

Для ефективного функціонування окремого підприємства важливим моментом є визначення оптимальної потреби в ресурсах, щоб забезпечити раціональне формування і використання в подальшому цих ресурсів.

Функціонування ринкової економічної системи в Україні можливе за умови зростання ефективності використання фінансових ресурсів. З метою забезпечення ефективного управління цим процесом на підприємствах повинна розроблятися спеціальна фінансова політика, яка спрямована на залучен-

ня фінансових ресурсів із різних джерел згідно потреб його розвитку у майбутньому періоді [2, с. 54].

До фінансових ресурсів належать усі грошові фонди і та частина грошових коштів, яка використовується підприємством у нефондовій формі. Залежно від видів сільськогосподарських підприємств на початку здійснення їх господарської діяльності утворюються постійні грошові фонди, які складаються з [4, с. 280-300]:

1. Статутний капітал – основне первісне джерело власних коштів підприємства. Статутний капітал становить сукупність коштів засновників, необхідну для функціонування підприємства, які вкладені в активи, а також майнових прав, що мають грошову оцінку.

Порядок і джерела формування статутного капіталу залежать від типу підприємства та форми власності. Розміри статутного капіталу характеризують розмір коштів, які були інвестовані у фінансово-господарську діяльність.

2. Резервний фонд, утворюється на підприємстві за рахунок відрахувань від прибутку, використовується для покриття збитків, подолання тимчасових фінансових ускладнень (не менш як 25,0 % статутного фонду і не менш як 5,0 % від розміру прибутку).

3. Амортизаційний фонд, утворюється в процесі використання основних засобів і нематеріальних активів за рахунок амортизаційних відрахувань, використовується для їх відтворення.

4. Валютний фонд, формується на підприємствах, які одержують виручку у валюті від експортних операцій або купують валюту для імпорتنих операцій.

5. Фонд оплати праці, формується на підприємстві для грошових виплат працівникам за виконану роботу згідно з трудовим договором.

Формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві – це процес утворення грошових фондів для фінансового забезпечення операційної та інвестиційної діяльності виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання [3, с. 67-68].

Стабільність функціонування сільськогосподарського підприємства ґрунтується на достатності фінансових ресурсів та їх стабільному кругообігу.

Основними джерелами формування фінансових ресурсів залежно від права власності підприємства є: власні ресурси, позикові ресурси та тимчасово залучені (використовувані) ресурси сільськогосподарського підприємства.

Основним джерелом фінансового забезпечення діяльності підприємств є власні кошти, обсяги яких становлять 60-90 % усіх використаних ними ресурсів. Враховуючи це, основним механізмом фінансування діяльності в сільськогосподарських підприємствах залишається самофінансування. Формування власних фінансових ресурсів на рівні суб'єктів господарювання асоціюється з одержанням прибутку, тому абсолютна більшість підприємств, зокрема й сільськогосподарських, визначає своєю статутною метою забезпечення прибуткової діяльності. Прибуток залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків розподіляється на накопичення (використовується на розвиток виробництва та сприяє зростанню майна підприємства) та

споживання (використовується для вирішення соціальних завдань) [3, с. 68].

Позикові ресурси не є власністю сільськогосподарського підприємства і їх використання загрожує для нього втратою незалежності. Позикові кошти сільськогосподарським підприємствам надаються на умовах терміновості, платності, зворотності, що зрештою обумовлює їх більш швидко, в порівнянні з власними ресурсами, оборотність. До позикових засобів відносяться різноманітні види кредитів що залучаються від інших ланок кредитної системи: банків, інвестиційних інститутів, держави.

Залучені ресурси – це кошти, що не належать сільськогосподарському підприємству, але тимчасово перебувають у його обороті.

Отже, у процесі формування фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств велике значення має структура їхніх джерел. Наявність фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають фінансове благополуччя сільськогосподарського підприємства, його платоспроможність, ліквідність та фінансову стійкість. Водночас висока частка залучених та позикових коштів ускладнює фінансову діяльність підприємства та потребує додаткових витрат на сплату відсотків за банківські кредити, дивідендів на акції доходів, на облігації, зменшує ліквідність балансу підприємства, підвищує фінансовий ризик. Тому для удосконалення формування та використання фінансових ресурсів аграрними підприємствами, ми пропонуємо перш за все приділяти увагу оптимізації капіталу шляхом різних фінансових коефіцієнтів.

Список використаних джерел

1. Бродська І. І. Проблеми формування фінансових ресурсів підприємств / І. І. Бродська // Економічні науки. Серія : Облік і фінанси. – 2010. – Вип. 7(1). – С. 182-189.
 2. Григораш Т. Ф. Формування джерел фінансових ресурсів підприємства та управління ними / Т. Ф. Григораш, Я. Я. Губенко, К. В. Панич // Молодий вчений. – 2014. – № 11(14). – С. 54-56.
 3. Кальченко М. М. Формування та використання фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств / М. М. Кальченко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 2. – С. 65-69.
 4. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Р. А. Слав'юк. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 460 с.
-

РОЗВИТОК РИНКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Кононенко В.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Самойлик Ю.В., кандидат економічних наук, доцент**

Кондитерський ринок характеризується широким номенклатурним рядом товарів, які традиційно об'єднують у три групи: шоколадні вироби, що містять какао, цукристі вироби без какао і вироби борошняні. Частка цих груп у загальному обсязі виробництва нерівнозначна і нестабільна, але частка групи борош-

няних виробів завжди більша ніж інші. Кондитерські вироби і в межах окремих груп значно відрізняються між собою за складом і споживчими властивостями, але безперечною їхньою перевагою є високий ступінь механізації та автоматизації технологічних процесів, що дозволяє організувати їхнє поточно-механізоване виробництво й отримувати готові вироби окремо загорнутими, що забезпечує зберігання заданих споживчих, медично-біологічних та санітарно-гігієнічних показників. Крім того, штучна упаковка надає виробам особливої привабливості. На ринку присутні кілька великих світових концернів – це Nestle (АТ «Львівська кондитерська фірма Світоч»), Kraft foods (АТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS Enterprise Fund (АТ «АВК»), Sigma Bleyzer (АТ «Полтавакондитер»), Trilini International (АТ КФ «Харків'янка»). Деякі закордонні інвестори будують на території України свої виробництва, наприклад, німецька шоколадна фабрика Rainford у Дніпропетровську. Безпосереднє виробництво в Україні є більш вигідним, ніж експорт кондитерських виробів. Решта фабрик в більшості своїй належать колективу підприємства і українським інвесторам. Незважаючи на те, що різного роду кондитерські вироби – продукти не першої необхідності, кондитерська галузь однією з перших пододала негативну динаміку виробництва під час кризи [1-2].

За 2016 р. порівняно з 2013 р. виробництво кондитерських виробів в Україні скоротилася на рекордні за останні роки 20 % до 779 тис. т. Скоротився ринок через військові дії на Сході України. У зоні проведення АТО в попередні роки вироблялося до 180 тис. тонн кондитерської продукції, що становило близько 18 % від загального обсягу виробництва в Україні. У 2016 р. обсяги виробництва в Донецькій і Луганській областях скоротилися в три рази, і зараз виробництво кондитерських виробів на підконтрольній бойовикам території не здійснюється». Нині на ринку кондитерської промисловості домінує корпорація Рошен, яка суттєво збільшила свою ринкову частку, особливо за рахунок труднощів кондитерів, розташованих на сході України («АВК» і «Конті»), конкуренти спробують витіснити продукцію цих виробників з полиць магазинів (рис. 1).

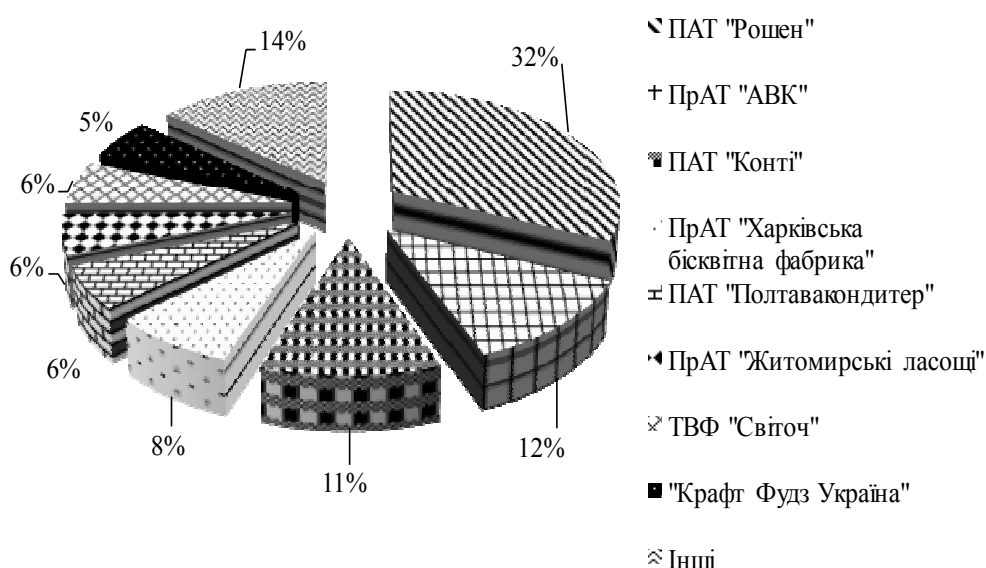


Рис. 1. Структура ринку кондитерської промисловості України, 2016 р.

Лідуючою компанією, яка розвивається на внутрішньому ринку – є компанія Roshen. Поки що перебувають у зоні бойових дій виробники «АВК» і «Конті» виживають, їх конкуренти мають всі шанси «відбити» частку ринку. Ще один великий гравець ринку кондитерської промисловості – Харківська корпорація «Бісквіт-Шоколад». Корпорація також має фірмові торгові точки, але тільки в Харкові. В інших регіонах компанія працює в мережний роздріб за оптовими контрактами. У зв'язку зі складнощами виробництва таких великих гравців, як «Конті» та «АВК», у Roshen є всі шанси і можливості (активна маркетингова політика, виробничі потужності тощо) відвоювати ще більшу частку вітчизняного ринку. Roshen грамотно проводить ротацію свого асортименту: виводить на ринок цікаві новинки. Крім цього, постійно проводяться різні цінові акції, а також реклама товарів в газетах магазину, виділення його на полицях тощо.

Список використаних джерел

1. Кочкіна Н.Ю. Маркетингові комунікації як інструмент узгодження економічних інтересів виробника та споживача : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец 08.06.01 «Економіка підприємства і організація виробництва» / Н. Ю. Кочкіна. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – 2014. – 20 с.
 2. Хникін О.В. Конкурентоспроможність галузей промисловості на національному ринку / О.В. Хникін // Економіка України – 2009. – № 3. – С. 11-19.
-

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Кононенко І. В.
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес адміністрування»),
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Сазонова Т. О. кандидат економічних наук, доцент

Методологія системного підходу знайшла своє застосування в багатьох сферах науки та виробництва, та одним з найяскравіших прикладів є застосування системного підходу стосовно управління підприємством та управління персоналом підприємства.

Системний підхід до управління – це набір якихось загально визначених принципів управління, – це спосіб мислення по відношенню до організації та управління в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Як спосіб управління, системний підхід ґрунтується на розумінні об'єкта управління як цілісності, на виявленні різноманіття його внутрішніх і зовнішніх зв'язків; сукупність пов'язаних, узгоджених методів і засобів управління економікою, галуззю, підприємством, підрозділом та ін. [2].

Як відомо, управління персоналом являє собою сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування розвитку і

використання персоналу організації, що реалізуються як ряд взаємопов'язаних напрямів і видів діяльності. З огляду на це, управління персоналом одночасно є і системою організації, і процесом, і структурою.

Отже, системний підхід до управління персоналом передбачає урахування взаємозв'язків окремих аспектів управління кадрами і виражається у розробці кінцевих цілей, визначенні шляхів їх досягнення, створенні відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування, організацію і стимулювання системи роботи з персоналом [1].

Система управління персоналом складається з таких взаємопов'язаних етапів, які повинні бути налагоджені на кожному підприємстві: 1) організація діяльності персоналу; 2) місія; 3) організаційна структура управління; 4) вдосконалення організаційної структури управління; 4) розробка кадрової політики і кадрової стратегії; 5) визначення потреби у персоналі і плануванні; 6) залучення і відбір персоналу; 7) вчення і розвиток; 8) оцінка персоналу; 9) стимулювання і мотивація праці; 10) технологія ефективної діяльності з роботи по персоналу.

Метою функціонування системи управління персоналом на кожному підприємстві є: підвищення конкурентоспроможності, ефективності діяльності, індикатором чого є зокрема, досягнення максимального прибутку в довгостроковій перспективі; забезпечення високої соціальної ефективності функціонування трудового колективу; формування позитивного іміджу підприємства.

Необхідність системного підходу до даного питання обумовлена багатомірністю людини, яка виконує функції працівника й у цій якості виступає об'єктом управління персоналом. Людина бере участь у виробничій діяльності як її багатогранний суб'єкт: економічний, біологічний, соціальний, політичний, культурний, моральний, емоційно-вольовий, розумовий.

Реалізація системного підходу до управління персоналом передбачає врахування соціально-економічних, організаційно-психологічних, технічних та правових аспектів.

Характерними ознаками системного підходу до управління персоналом є [3, с. 33-34]:

- інтеграція кадрової політики зі стратегією розвитку організації;
- адаптація до конкретних властивостей організації;
- визнання аморфності меж впливу на людей;
- узгодження довгострокових і короткострокових цілей.

У практиці системного підходу до управління персоналом на підприємствах можна виділити такі недоліки:

1) слабка орієнтація на формування іміджу працівників, що може призвести до демотивації;

2) неадекватна горизонтальна інтеграція найважливіших функцій управління, таких як набір, оцінка, винагорода і розвиток співробітників. Менеджери виконують дані функції поза єдиним комплексним підходом до персоналу;

3) недостатнє залучення лінійних керівників і співробітників до розробки та реалізації концепцій управління;

4) ігнорування змін в ціннісних орієнтаціях людей, байдуже ставлення до цілей діяльності різних груп.

Отже, з метою вдосконалення та створення й ефективного функціонування сучасної системи управління підприємством чи організацією слід: застосовувати сучасні засоби і методи управління персоналом підприємства, зосередитись на цілях розвитку і порядку удосконалення комплексної системи управління підприємством та персоналом і його складовими частинами. Також конкурентоспроможність різних підприємств залежить від правильного підбору видів діяльності, встановлення пропорцій між ними, раціонального розташування компонентів, тобто від повноти і раціональності застосування системного підходу.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом [Електронний ресурс] / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com>

2. Дідур К. М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства / К. М. Дідур // Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

3. Никифоренко В. Г. Управління персоналом : [навч. посіб.] / В. Г. Никифоренко – 2-ге вид., виправ. та доповнене. – Одеса: Атлант, 2013 р. – 275 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

*Кравченко В.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Шульга Л.В., кандидат економічних наук, доцент*

Сучасна економічна ситуація характеризується високим ступенем невизначеності й ризику, і власне плани і стратегії допомагають адаптуватися до змін навколишнього середовища. З огляду на цей факт, найпершим обов'язком керівника підприємства є вміння передбачити можливість появи проблемних ситуацій, які негативно вплинуть на роботу і розвиток його підприємства, і мати наготові заздалегідь спроектований механізм їх розв'язання, аби уникнути збитків за допомогою наявних ресурсів і можливостей.

Нестабільність ринкового середовища та неможливість здійснення точного прогнозування майбутнього стану визначає актуальність розробки стратегії для підприємства. На рисунку 1 наведений перелік основних факторів, які формують стратегічний рівень підприємства.

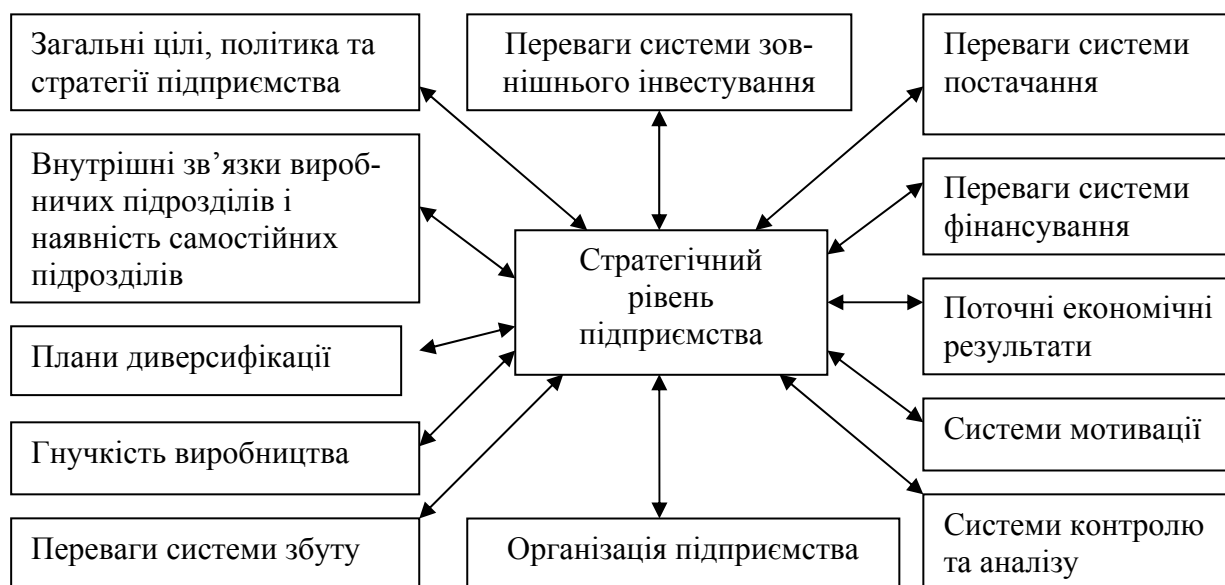


Рис. 1. Фактори, що формують стратегічний рівень підприємства

Сутність стратегічного розвитку підприємства полягає у підготовці наявних ресурсів до можливостей, які відкриваються у майбутньому шляхом застосування розгорнутого стратегічного аналізу і розроблення стратегічних планів з метою досягнення поставлених цілей і отримання стійких переваг над конкурентами, шляхом своєчасної реакції і швидкої адаптації до непередбачуваних змін навколишнього середовища та вироблення продукції, яка буде визнана споживачем [2, с. 74].

При розробці, обґрунтуванні вибору стратегії, керівникам аграрних підприємств слід розуміти, що повинен бути використаний комплексний системний підхід, адже стратегія, як комплексний план підприємства на перспективу має ієрархічну будову. В залежності від типу підприємства (багатопрофільного чи вузькопрофільного), стратегія може мати чотири чи три рівні, до якої входять:

1. Корпоративна (загальна) стратегія, що одночасно є портфельною.
2. Конкурентні (ділові, бізнесові) стратегії.
3. Функціональні стратегії.
4. Операційні стратегії.

У вузькопрофільному підприємстві стратегія має три рівні, в якій корпоративна стратегія є одночасно конкурентною (діловою, бізнесовою). Під час вибору стратегії із альтернативних, менеджерам, керівникам підприємств і організацій слід брати до уваги значну кількість чинників щодо самого підприємства, а також середовища, в якому воно працює. До чинників варто віднести: цілі підприємства, пріоритети його власників, фінансовий, виробничий кадровий, трудовий потенціал підприємства, розмір підприємства, на якій стадії життєвого циклу воно знаходиться, його конкурентні переваги, фактор часу, ступінь залежності від зовнішнього середовища [1, с. 320].

Для більшості сільськогосподарських підприємств України бажано застосувати стратегію зростання, хоча більшість підприємств використовують стратегію виживання.

Для кожної стратегії розроблюють відповідний комплекс дій з її реалізації. Наприклад, для стратегії виживання керівництву аграрного підприємства слід розробити дієві заходи по забезпеченню високого рівня продуктивності; організації дієвої ефективної системи матеріального і морального стимулювання працівників; використання ресурсозберігаючих технологій; мінімізувати собівартість виробництва; скоротити збиткові напрями діяльності; дотримуватися агротехнологічних вимог ведення землеробства та скотарства та інше. Для стратегії стабілізації керівництву аграрного підприємства слід активізувати маркетингову діяльність, періодично проводити моніторинг ринку, стимулювати збут та постійно співпрацювати з офіційними дилерами; диференціювати виробництво у напрямі підвищення якості продукції; поглиблювати спеціалізацію та концентрацію виробництва.

Отже, відсутність розробленої стратегії розвитку та комплексу заходів з її реалізації гальмує розвиток підприємства або взагалі призводить до кризи та зникнення його з ринку.

Список використаних джерел

1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навч. посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
 2. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність.- Київ: КНТЕУ, 2002. – 301 с.
-

ПРИРОДА ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Кудря В.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»)
Науковий керівник –
Шульженко І. В., кандидат економічних наук, доцент

Потреба у прийнятті рішення (англ. Decision making) виникає у зв'язку з обставинами зовнішніми (припис вищої організації, регулювання взаємовідносин з кооперативними підприємствами та організаціями) і внутрішніми (відхилення від заданих параметрів виробництва, виникнення вузьких місць, виявлення резервів, порушення трудової Дисципліни, заохочення працівників і т. ін.). Рішення є відповідною реакцією на внутрішні й зовнішні впливи, вони спрямовані на розв'язання проблем і максимальне наближення до заданої цілі [1, с. 57].

Прийняття рішень в організації являє собою свідомий вибір з наявних варіантів або альтернатив напрямку дій, що скорочують розрив між сьогоденням і майбутнім бажаним станом організації. Сам процес прийняття рішень включає безліч різних елементів, але неодмінно в ньому присутні такі елементи, як проблеми, цілі, альтернативи і рішення [3, с. 86].

Даний процес лежить в основі планування діяльності організації, тому що план – це набір рішень по розміщенню ресурсів і напрямків їхнього використання для досягнення цілей організації. Прийняття рішень – це «центр», навколо якого обертається життя організації. Рішення можна розглядати як продукт управлінської праці, а його прийняття – як процес, що веде до появи цього продукту.

У керуванні організацією прийняття рішень здійснюється менеджерами різних рівнів і носить досить формалізований характер, тому що рішення стосується не тільки однієї особистості, а найчастіше воно відноситься до підрозділу або до організації в цілому.

Прийняття рішень – це наука і мистецтво. Роль прийнятого рішення величезна. Найважливіше питання успішного функціонування організації полягає в тім, як організація може виявляти свої проблеми і вирішувати їх. Кожне рішення націлене на якусь проблему, а правильне рішення – це те, що максимально відповідає цілі організації. Цілі, які часто намагаються досягти, бувають у ряді випадків недостатньо усвідомленими. Встановлення неправильних цілей означає, отже, і рішення неправильно сформульованих проблем, що може привести до набагато більшого марнотратства ресурсів, чим неефективне рішення правильно сформульованих проблем. У цьому зв'язку дуже велика роль керівника. Адже рішення не тільки процес, але й один з видів розумової діяльності і прояву волі людини.

У психології управління поняття «проблема» використовується для позначення розриву між бажаним станом (насамперед цілями) тієї або іншої організації і її фактичним станом. А саме рішення проблеми розглядається як засіб подолання такого розриву, вибір одного з багатьох об'єктивно існуючих курсів дій (альтернатив), що дозволяють перейти від стану, що спостерігається, до бажаного.

Відповідальність за прийняття важливих рішень – важкий моральний тягар, що особливо яскраво виявляється на вищих рівнях керування. Однак керівники будь-якого рангу мають справу з власністю, що належить іншим людям, і через неї впливають на їхнє життя. Якщо керівник вирішує звільнити підлеглого, останній може сильно постраждати. Якщо поганого працівника не зупинити, може постраждати організація, що негативно позначиться на її власниках і всіх співробітниках. Тому керівник, як правило, не може приймати непродуманих рішень.

Різноманіття рішень являє собою певний комплекс, розуміння якого полегшується на основі системного підходу, що дозволяє розкрити систему рішень. У такій системі рішень повинні виявлятися як загальні ознаки, так і специфічні особливості, властиві окремим видам рішень. Отже, головними відмінностями управлінських рішень є цілі, наслідки, поділ праці, професіоналізм [2, с. 43].

Цілі. Суб'єкт управління (будь то індивід або група) приймає рішення виходячи не зі своїх власних потреб, а з метою рішення проблем конкретної організації.

Наслідки. Менеджер, особливо високого рангу, вибирає напрямок дій не тільки для себе, але і для організації в цілому і її працівників, і його рішення можуть істотно вплинути на життя багатьох людей. Якщо організація велика і впливова, рішення її керівників можуть серйозно відбитися на соціально — економічній ситуації цілих регіонів. Наприклад, рішення закрити нерентабельне підприємство компанії може істотно підвищити рівень безробіття.

Поділ праці. В організації існує визначений поділ праці: одні працівники (менеджери) зайняті рішенням виникаючих проблем і прийняттям рішень, а інші (виконавці) – реалізацією вже прийнятих рішень.

Професіоналізм. У керуванні організацією прийняття рішень – складний, відповідальний і формалізований процес, що вимагає професійної підготовки. Далеко не кожен співробітник організації, а тільки, той, хто володіє визначеними професійними знаннями і навичками, наділяється повноваженнями самостійно приймати рішення.

Розглянувши ці відмінні риси прийняття рішень в організаціях, можна дати наступне визначення управлінського рішення. Управлінське рішення – це вибір альтернативи, здійснений керівником у рамках його посадових повноважень і компетенції і спрямований на досягнення цілей організації.

Список використаних джерел

1. Бирман Л. А. Управленческие решения : учеб. пособ. / Л. А. Бирман – М. : Дело, 2004. – 204 с.
 2. Лесечко М. Д. Психологія управлінських рішень і створення ефективних команд : навч. посібник / М. Д. Лесечко, А. О. Чемерис, Р. М. Рудніцька. – ЛРІДУ УАДУ, 2003. – 100 с.
 3. Фатхутдинов, Р. А. Управленческие решения [Текст] : учеб. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА – М, 2011. – 281 с.
-

ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СЛУЖБИ КОНТРОЛІНГУ В СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

**Кузьменко А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Комаріст О.І., кандидат економічних наук, доцент**

В сучасних умовах на будь-якому підприємстві, важко уявити ефективну та успішну його діяльність, якщо відсутній контроль в усіх видах його роботи. Контроль – є однією з функцій менеджменту, яка узагальнює інші функції та дає змогу оцінити наскільки раціональними були прийняті рішення, а також за необхідності виявити їх недоліки.

Актуальність впровадження служби контролінгу на сучасних підприємствах обумовлена необхідністю підвищення ефективності його діяльності, особливо в умовах наростаючої конкуренції, як з боку вітчизняних, так і за-

рубіжних організацій. Сучасні умови господарювання висувають підприємству ряд вимог щодо постійної готовності до змін ринку, а використання системи контролінгу дозволяє швидко та ефективно визначити можливості цих змін та оперативно реагувати на них.

Служба контролінгу прагне так управляти процесами поточного аналізу і регулювання планових і фактичних показників, аби по можливості уникнути помилки, відхилення і прорахунку - як у теперішньому, так і в майбутньому часі [2]. В перелік основних завдань служби контролінгу на підприємстві повинно входити:

- сприяння ухваленню рішень при розробці і затвердженні поточних планів;
- консультування і самостійне проведення спеціальних економічних досліджень;
- координація планів по всіх рівнях;
- контроль прибутку в рамках поточних планово-контрольних розрахунків і сприяння в проведенні контрольних перевірок;
- підготовка зведень планових і контрольних показників для керівників і фахівців підрозділів, що беруть участь в процесі планування і контролю;
- ухвалення рішень відносно характеристик систем, методів і організації управління і планування на підприємствах [2].

В даний час в Україні та за кордоном можна виділити основні підходи організації контролінгу. Перший підхід – це створення власного підрозділу контролінгу. Створення самостійної системи контролінгу необхідно орієнтувати на середні і великі підприємства зі складною внутрішньою організаційною структурою, оскільки обсяги діяльності та інформації будуть викликати в цьому випадку напружену роботу працівників даного відділу або служби. Другий спосіб – це використовувати аутсорсинг (outsourcing – в пер. з англ. – виконання всіх або частини функцій по управлінню організацією сторонніми фахівцями), тобто повністю або частково передати функції контролінгу спеціалізованої компанії чи зовнішньому консультанту. Третій варіант – косо-рсинг. Він полягає в тому, щоб створити служби контролінгу в рамках компанії, але в деяких випадках залучати експертів спеціалізованої компанії або зовнішнього консультанта [1].

Отже, за наведеним вище в статті, можна зробити висновок, що для підприємства і справді є позитивним наявність служби контролінгу. В той же час, треба враховувати специфіку підприємства та його розмір, для визначення найбільш раціонального підходу до організації служби контролінгу.

Список використаних джерел:

1. Бутко М. П. Організація системи контролінгу на підприємствах України [Електронний ресурс] / М. П. Бутко. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/95.pdf.

2. Пастухова К. М. Служба контролінгу як невід’ємна складова ефективно діючого підприємства [Електронний ресурс] / К. М. Пастухова – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53547.doc.htm.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

*Кургускіна Г. Л., здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент

Стратегічне управління – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей, це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [1, 2].

Стратегічне управління являє собою процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються [3].

Саме управління бізнес-процесами підприємства в рамках реалізації стратегії розвитку дозволяє знайти шляхи оптимізації та досягнення певної гнучкості в підприємницькій діяльності. Тому дослідження теоретичних аспектів управління бізнес-процесами з метою вдосконалення науково-методичних положень та подальшого їх використання в практичній діяльності є актуальним і своєчасним, оскільки спрямоване на підвищення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у динамічних ринкових умовах господарювання [4].

Зовнішнє середовище, у якому діє підприємство, формує сукупність чинників, під впливом яких змінюються основні аспекти його діяльності. Види впливу як зовнішнього середовища, так і чинників на конкурентоспроможність підприємства різноманітні, у зв'язку з чим при їхньому розгляді є необхідним використання системного підходу, який дозволить певним чином їх упорядкувати.

Вже в наш час вітчизняні підприємства формують новий підхід до системи управління взагалі та стратегічного зокрема, оснований на поширеній на Заході (зокрема в США) практиці до децентралізації управління компаніями. Згідно з цим підходом відбувається трансформація організаційної структури сучасного підприємства як форми бізнесу, так і управління ним, на засадах переходу від функціональної гіперцентралізованої структури, яка роз-

поділяє діяльність і завдання згідно з її основними економічними функціями, до незалежних або квазінезалежних підрозділів (так званих СГЦ), які формують і реалізують стратегію на окремих сегментах ринку і можуть там бути конкурентоспроможними. Але формування нового типу структури підприємства і його управління – це перший крок у запровадженні системи ефективного стратегічного управління у вітчизняному бізнесі з урахуванням сучасних його особливостей [5].

Передумовою сталого розвитку підприємства є його ефективна діяльність та досягнення на її основі стратегічних цілей. Сталий розвиток сільськогосподарського підприємства пропонується розглядати як його здатність, постійно змінюючись під впливом сукупності факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, забезпечувати позитивну динаміку показників ефективності виробничо-господарської діяльності та зберігати їх динамічну рівновагу за рахунок раціонально-економічних методів використання елементів економічного потенціалу підприємства. [6].

Отже, підприємства, які здійснюють стратегічне управління бізнес-процесами в ринковому динамічному конкурентному середовищі, мають значно більші шанси досягнення поставленої мети. Удосконалення стратегічного управління вітчизняними підприємствами є об'єктивно необхідним процесом, який підвищить їх готовність адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприятиме обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних так і стратегічних проблем. В основу цього процесу необхідно покласти наявний іноземний досвід в сфері стратегічного управління і забезпечити творче перенесення його, з урахуванням специфічних умов розвитку економіки України, на вітчизняні підприємства щоб допомогти їм у становленні необхідних виробництв і зростанні їх ефективності.

Список використаних джерел

1. Аакер А. Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Аакер А. Д.; пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
 2. Ансофф И. Стратегическое управление / Ансофф И.; сокр.пер. с англ.; науч.ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
 3. Василенко В. О. Стратегічне управління: [навч. посібник] / Василенко В. О., Ткаченко Т. І. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
 4. Морщенко Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства / Т. С. Морщенко. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.business-inform.net/pdf/2014/11_0/295_302.pdf
 5. Ставицький О. В. Особливості розвитку стратегічного управління в Україні / О. В. Ставицький. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=646>
 6. Шаціло Н. І. Фактори сталого розвитку сільськогосподарських підприємств / Н. І. Шаціло // Вісник Таврійського державного агротехнологічного університету. – Мелітополь, 2010. – № 1. – С. 365–370.
-

МАРКЕТИНГОВА СИСТЕМА ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Курінна А.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Писаренко В. В., доктор економічних наук, професор*

В Україні органічне агровиробництво перебуває на початковій стадії свого розвитку. Проте, незважаючи на існуючі проблеми щодо становлення органічного сектору він є перспективним і може бути дуже важливим для нашої держави за ефективного використання родючих чорноземних ґрунтів та завдяки міцним традиціям ведення сільськогосподарського виробництва у злагоді з природою.

Важливою умовою для розвитку вітчизняного органічного агровиробництва та ефективної роботи товаровиробників продукції органічного походження є формування сталих і надійних маркетингових каналів збуту органічної продукції на агропродовольчому ринку. Органічне сільське господарство в Україні має великий потенціал для покращення екологічного, соціального і економічного стану, воно сприятиме формуванню повноцінного агропродовольчого ринку внаслідок насичення його екологічно чистою продукцією. Це дасть можливість розширити ринок екологічно чистої продукції сільськогосподарського виробництва на основі міжнародних стандартів і дозволить, з одного боку, сформуванню вітчизняний ринок “здорових” продуктів харчування, а з іншого, підвищити рівень експорту екологічно чистої продукції – важливого елемента національної економіки та міжнародного іміджу країни.

Зростання рівня продовольчих потреб населення і усвідомлення людством погіршення навколишнього природного середовища, спричиненого інтенсифікацією сільського господарства, викликало інтерес до органічного агровиробництва продукції, яке гарантує необхідний її якісний рівень і безпеку харчування, а також не шкодить довкіллю.

Найбільш вдалим прикладом організації органічного агровиробництва є розвиток Міжнародної федерації органічного сільськогосподарського руху (International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM), яка заснована у 1972 р. За її визначенням, органічне агровиробництво об’єднує всі сільськогосподарські системи, які підтримують екологічно-, соціально- та економічно доцільне виробництво сільськогосподарської продукції. В основі таких систем лежить використання локально-специфічної родючості ґрунтів як ключового елемента успішного виробництва. Такі системи використовують природний потенціал рослин, тварин і ландшафтів та спрямовані на гармонізацію сільськогосподарської практики і навколишнього середовища [1].

Важливою умовою забезпечення комерційного успіху підприємства на ринку органічної продукції є орієнтація кінцевих результатів діяльності на потре-

би та запити кінцевих споживачів і забезпечення ефективного їх задоволення. Це означає, що для уникнення проблем збуту своєї продукції на ринку підприємство повинно постійно вивчати поведінку споживачів, їх вимоги, рівень задоволення потреб у конкретному органічному продукті, мотиви покупки, товарну структуру ринку і коригувати свою виробничу діяльність згідно з цими вимогами, тобто здійснювати розробку та виробництво таких товарів, яких потребує споживач на ринку. Забезпечення виконання цього принципу можливо лише за умов впровадження маркетингової концепції у практичну діяльність підприємств, які займаються виробництвом органічної продукції.

Використання сучасної концепції маркетингу, яка передбачає, що товаровиробник, визначивши і задовольнивши потребу споживачів на ринку органічної продукції і продуктів харчування ефективніше, ніж конкуренти, одночасно забезпечує задоволення інтересів: споживача – у задоволенні потреби, підприємства – в одержанні прибутку і суспільства в цілому – в забезпеченні екологічної безпеки.

Економічний інтерес до органічного агровиробництва зростає у вітчизняних товаровиробників. На думку П.Т. Саблука і В.Я. Месель-Веселяка, "... основою підвищення ефективності виробництва в АПК та доходів сільського господарства є зростання технологічного рівня аграрного виробництва, впровадження ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій" [2, с. 4]. При цьому, важливим є застосування ефективних маркетингових підходів до товаропросування продукції до споживача.

Основними видами просування продукції органічного агровиробництва слід вважати: рекла-му, створення доброзичливої думки, персональний продаж, стимулювання збуту. Винятково важлива роль належить ключовим елементам формування маркетингових каналів збуту органічної продукції товаровиробниками, окремі з яких знаходяться на стадії становлення, а інші лише формуються (рис. 1). Впровадження і ефективна взаємодія цих елементів знаходиться в прямій залежності від законодавчої бази в державі.

Встановлено, що нині органічне виробництво в Україні орієнтоване на експорт і спирається воно, в основному, на крупнотоварне виробництво зерна органічного походження призначеного на експорт у країни ЄС, що концентрується у рамках кількох агроінвестуючих компаній.

Збутом органічної продукції в зарубіжні країни займаються такі компанії-трейдери: Украгрофін, Топфер Інтернешил, ТОВ Махаріші та інші [3, с. 40]. Дрібні товаровиробники органічної продукції намагаються збути вироблену сільськогосподарську продукцію споживачам, головним чином, через ринок традиційного виробництва.

На відміну від європейських країн, в Україні не існує магазинів органічної здорової продукції або хоча б спеціалізованих вітрин у супермаркетах та гастрономах.

Інтенсивний маркетинг органічних продуктів в Україні через мережі ґрунтової торгівлі та супермаркетів має значний потенціал для розвитку внутрі-

шнього ринку органічних продуктів і може створювати, а в подальшому і стимулювати попит споживачів.

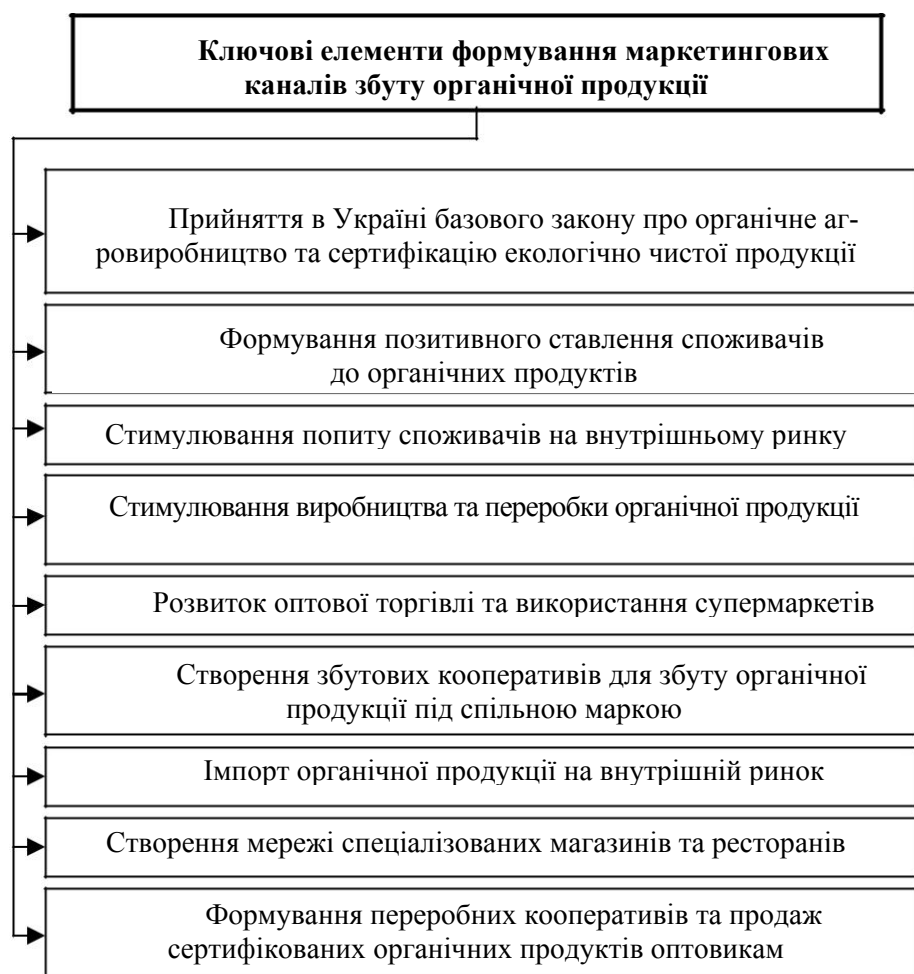


Рис. 1. Основні елементи формування маркетингових каналів збуту продукції органічного походження

Це може сприяти створенню позитивного ставлення громадськості до органічного сектору в цілому і в основному буде стимулювати споживання органічної продукції, розвиток органічного агровиробництва. Велика проблема полягає в тому, що через обмежений асортимент органічних продуктів українського виробництва супермаркети також запропонують широкий обсяг імпортованих марок, що створить серйозну конкуренцію для українських виробників.

Таким чином, для формування повноцінного ринку продукції і продуктів харчування органічного походження в Україні, в першу чергу, необхідно підтримати вітчизняного товаровиробника шляхом прийняття відповідних законів щодо органічного агровиробництва та сертифікації екологічно чистих продуктів харчування, широкої популяризації серед населення здорового способу харчування, формування і організації маркетингової політики розподілу органічної продукції, вибору ефективних каналів її реалізації.

Список використаних джерел

1. Organic Agriculture and Food Security (IFOAM Dossier 1, 2002). Інтернет-ресурс: www.ifoam.org
2. Стратегічні напрями розвитку агропромислового комплексу України / За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2002. – 226 с
3. Галяс А., Капштик М., Бакун Ю., Органічне агровиробництво: нові ринкові можливості та виклики для виробників зерна в Україні // Проект “Якість зерна та система кредитування сільського господарства в Україні – фаза II”. – Київ, – 2008. – 71 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

*Литовка Р. В., здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»), спеціальність
«Менеджмент» факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом розкриває перед вітчизняними виробниками нові горизонти, і, в той же час, несе нові виклики. З одного боку, для України відкриваються перспективи поступового освоєння ринку країн ЄС вітчизняними компаніями, підвищення рівня якості, безпечності, екологічних характеристик української продукції АПК, покращення стану продовольчої безпеки держави. З іншого боку, діяльність підприємств аграрного сектора економіки повинна все більше відповідати європейським та загальносвітовим вимогам. Потенційний вихід на нові ринки зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

У «Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року», опублікованої Кабінетом Міністрів України 17 жовтня 2013 року, вказано основні проблеми розвитку сільськогосподарських підприємств, зокрема: низький рівень застосування техніко-технологічних досягнень, зношеність основних засобів, недостатньо глибоке розуміння значення якості як цілісної системи виробництва та реалізації продукції; значні втрати сільськогосподарської продукції внаслідок недосконалості логістичної складової та умов зберігання, а також інфраструктури аграрного сектору економіки; низька платоспроможність населення спричиняє уповільнення розвитку внутрішнього ринку споживання; недостатній рівень інвестиційної привабливості аграрного сектору економіки; низька конкурентоспроможність значної частини сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках через повільну адаптацію до світових вимог щодо якості та безпеки харчових продуктів.

Погоджуючись в цілому з усіма цими позиціями, відзначимо, що за майже півтора роки з моменту публікації «Стратегії» ситуація в країні докорінно змінилася і до вказаних проблем додалися інші, часто більш істотні та глобальні. Вважаємо за доцільне звернути увагу на деякі з них: бойові дії на Сході

України, терористичні загрози, що мають вкрай негативний вплив на політико-правову, соціальну, економічну ситуацію в державі, несуть вітчизняним виробникам додаткові ризики і невизначеність, відлякують потенційних інвесторів; різке погіршення стану економіки нашої держави в цілому та АПК зокрема; суттєве знецінення національної грошової одиниці і викликане цим здорожчання засобів виробництва, а також сировини та матеріалів, зокрема сільськогосподарської техніки, запчастин, посівного матеріалу, добрив, засобів захисту рослин і т.п.; значне зростання ціни на пально-мастильні матеріали, вкрай необхідні сільськогосподарським виробникам.

Таким чином, враховуючи сучасні умови, для нівелювання впливу негативних факторів на конкурентоспроможність підприємств–виробників продукції рослинництва слід спрямувати зусилля на:

- прискорення процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продуктів харчування (НАССР, ISO, EN, Кодексу Аліментаріус) у сфері агропромислового виробництва;

- розвиток механізмів державної підтримки і допомоги аграріям як обов'язкової умови існування і зростання сучасного аграрного виробництва і продовольчого ринку, зокрема, надання довготермінових кредитів;

- стимулювання економії сільськогосподарськими виробниками усіх видів ресурсів, в першу чергу енергоносіїв;

- покращення збуту і переробки виробленої продукції, матеріально-технічного забезпечення та інших видів обслуговування виробництва продукції рослинництва шляхом створення і розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів;

- стимулювання соціально-економічного розвитку достойних умов життєдіяльності сільських жителів і формування привабливого обличчя сільської місцевості в Україні та в Полтавській області зокрема.

Список використаних джерел:

1. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. – 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1633/>

2. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. (Кабінет Міністрів України, Розпорядження від 17 жовтня 2013 року № 806-р) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-p>

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Лісний О. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність
«Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент*

Розвиток аграрних підприємств є основою стратегічного планування, яке формує комплекс заходів, пов'язаних із випуском нового виду продукції, впровадженням і використанням нових технологій, розвитком збуту, організацією виробництва.

Стратегію розвитку аграрних підприємств необхідно розглядати як систему планових і прогнозованих дій, спрямованих на використання повного технологічного циклу для досягнення поставлених цілей.

Основою вибору стратегії аграрних підприємств є обґрунтування тенденцій розвитку науки й техніки, переходу до нового технологічного укладу, аналізу та прогнозу динамічного оновлення продуктів і технологій в аграрному виробництві.

Управління виробничими процесами підприємств АПК має свої особливості, які треба враховувати при використанні менеджменту в практиці господарювання. Ці особливості визначають побудову механізму функціонування аграрного менеджменту, його характерні риси та специфіку застосування у галузях прийняття управлінських рішень; реалізації основних функцій управління: планування, організації, мотивації, контролю і координації; управління трудовими ресурсами; управління виробничою системою [43, с. 9].

Практика господарювання свідчить про те, що планування створює для суб'єктів господарювання важливі переваги, позитивними аспектами планування є:

- 1) забезпечує підготовку до використання майбутніх сприятливих для підприємства умов;
- 2) попереджує про можливі проблеми;
- 3) стимулює управлінський персонал до реалізації своїх рішень в подальшій діяльності, постійно мислити перспективно;
- 4) поліпшує координацію дій управлінського персоналу;
- 5) сприяє раціональному використанню ресурсів;
- 6) змушує підприємство чіткіше визначати свої задачі та пріоритети;
- 7) робить підприємство більш підготовленим до випадкових змін [25, с. 37].

Розглядаючи шляхи удосконалення стратегічного управління на підприємстві ми дійшли висновку, що розробляючи та реалізовуючи стратегію, ке-

рівництво повинно приділяти особливу увагу процесам її формування й розподілу ресурсів. Ефективність того або іншого процесу розробки стратегії залежить від тих умов, в яких у даний момент працює підприємство. Успішний розвиток аграрних підприємств і його продукції може базуватися на різних стратегіях.

Реалізація системи управління якістю в підприємстві передбачає розробку стандартів, якими нормовані основні види діяльності у молочному скотарстві, доповнення посадових обов'язків та повноважень головних спеціалістів з приводу підвищення якості праці і продукції, введення до штатного розпису посади інспектора з якості, створення контрольно-наглядової комісії, вдосконалення системи мотивації працівників, присвоєння кваліфікаційних звань передовикам підприємства.

Поряд з діючою системою менеджменту якістю, на нашу думку, на підприємстві доцільно керівництву створити систему аналізу якості. Така система є ефективним управлінським інструментом на підприємстві, який дозволяє ліквідувати непогодженість у діях відділів, налагодити комунікації, поліпшити взаємодія з зовнішніми організаціями.

З метою поліпшення якості продукції у молочному скотарстві ПП «імені Калашника» вже в наступному році пропоную сформувати та впровадити систему управління якістю продукції молочного скотарства, що буде сукупністю науково обґрунтованих заходів, спрямованих на забезпечення, постійну підтримку й підвищення якості в напрямку впливу на якість кормових раціонів, заготівлю кормів, догляд за тваринами, селекційно-племінної роботи, технологічний процес виробництва молока, організаційно-економічні заходи, якість виконання усіх виробничих операцій, первинної обробки та транспортування молока з боку всіх працівників підприємства. Метою системи управління якістю буде постійне вивчення передових досягнень науки і техніки у сфері виробництва високоякісного молока, аналіз впливу всіх факторів на формування якості, організація контролю виробничих і після виробничих процесів, планування якості для систематичного поліпшення якості молочної сировини та якості праці.

Список використаних джерел

1. Гевко І.Б. Операційний менеджмент: Навчальний посібник. / Гевко І.Б. – К.: Кондор, 2006. – 228 с.
 2. Сумець О.М. Основи операційного менеджменту: Підручник для студентів економ. спец. / під. ред. проф. О.Л. Яременка. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 416 с.
-

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Логвіненко С. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Шульга Л.В., кандидат економічних наук, доцент*

Виробнича діяльність суб'єктів господарювання в першу чергу спрямовується на одержання прибутку, як основи їх подальшого функціонування та ефективного розвитку. Однак доходи більшості сільськогосподарських підприємств залишаються недостатніми для забезпечення інноваційного розвитку.

Ефективність виробництва в сільськогосподарських підприємствах є однією з основних компонент ефективності галузі сільського господарства, що визначається ступенем досягнення тих цілей, які суспільство ставить перед нею.

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, продукції, послуг, впровадження у виробництво інноваційних технологій.

Під час проведення економічної оцінки ефективності виробництва в різних формах господарювання потрібно враховувати такі її чинники, як рівень концентрації виробництва, форму власності на засоби виробництва й спосіб її використання. При цьому, очевидно, на сьогодні неможливо обрати якусь одну найкращу для будь-яких природно-кліматичних умов організаційно-правову форму аграрного виробництва, як неможливим є й вибір якоїсь однієї системи показників для їх оцінки. Здійснюючи оцінку ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств, безумовно слід використовувати загальновідомі показники ефективності (продуктивність праці, урожайність культур, продуктивність тварин, норма прибутку) [3, с. 61].

Одним з найважливіших критеріїв ефективності виробництва є продуктивність праці, що є головною якісною характеристикою ефективною системи господарювання ринкового типу, в якій вільний рух капіталу й робочої сили сприяє розширенню ємності товарного ринку, ринку праці та капіталу, а також забезпечує товаровиробникам нагромадження основного капіталу, нормальне відтворення залученої до економічної діяльності робочої сили, створення інвестиційних та інноваційних фондів, а також вирішення інших соціально-економічних питань .

Результати діяльності підприємств прийнято оцінювати одним узагальнюючим критерієм – рентабельністю, що визначається по реалізованій частині продукції. Офіційний показник рентабельності розраховується відно-

шенням суми виручки за рослинницьку та тваринницьку продукцію разом до витрат також по всьому сільськогосподарському виробництву. Але при такому розрахунку не беруться до уваги витрати на матеріали власного виробництва. Їх формують витрати на виробничі цілі власних кормів, насінні, підстилкового матеріалу, молока на випоювання молодняка, нетоварної частини продукції бджільництва тощо. Наприклад, витрати на вирощування кормів визначають по рослинництву, а потім ще враховують через собівартість цих кормів у тваринництві. Повторний рахунок збільшує суму витрат по обох галузях. З іншого боку, при обчисленні рентабельності враховують тільки ті витрати, що віднесені на реалізовану продукцію. Виходячи з цього, поряд з офіційним показником рентабельності визначають показник покриття всіх витрат сільськогосподарського виробництва виручкою від реалізації.

Одним із вирішальних факторів підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва й функціонування агропромислового комплексу є оптимізація забезпеченості аграрної сфери трудовими ресурсами. На думку Й.С. Завадського, ефективність аграрного сектора економіки лише на третину зумовлюється вкладенням у техніку й устаткування, а усе інше залежить від людського чинника, інтелектуального потенціалу, кваліфікаційного рівня, здібностей керівників і спеціалістів.

Трудові ресурси сільськогосподарського підприємства відіграють провідну роль в ефективному використанні землі, знарядь праці, інших засобів виробництва, а також фінансових та інших ресурсів. Саме використання із повноцінним відтворенням природного та людського ресурсу повинно стати вихідним критерієм ефективності [4, с. 72].

Ресурсний напрям являється також безумовним критерієм аналізу ефективності діяльності підприємства, що відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці. При цьому слід враховувати рівень завантаження обладнання в часі, структуру собівартості продукції, що виготовляється, з точки зору співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці.

Здійснюючи оцінку ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, використовують узагальнені показники ефективності, як продуктивність праці, урожайність культур, продуктивність тварин, норма прибутку. Деякі показники певною мірою є інтегральними, як валовий дохід, додана вартість, валовий внутрішній продукт, суспільна продуктивність праці.

Список використаних джерел

1. Бучко І.С. Ефективність функціонування різних організаційно-правових форм господарювання в сільському господарстві / Бучко І.С. // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету: Економіка. – Ч. 2. – 2007. – № 65. – С. 62-73.
 2. Дієсперов В.С. Ефективність виробництва у сільськогосподарському виробництві: [монографія] / В.С. Дієсперов. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с
-

ВИМОГИ ЩОДО КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

**Лубко К. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»
факультету економіки та менеджменту**

Науковий керівник –

Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор

Результативність місцевого самоврядування залежить від багатьох чинників, зокрема від кадрового забезпечення й управління персоналом. Зростання відповідальності органів місцевого самоврядування щодо розвитку територіальних громад у процесі децентралізації влади обумовлює зміну вимог стосовно компетентності службовців місцевих рад, їх якісних характеристик і етичності поведінки. З метою правового закріплення вимог щодо кадрового забезпечення органів місцевого самоврядування Верховна Рада України 9 лютого 2017 року ухвалила нову редакцію Закону України «Про службу в органах місцевого самоврядування». Метою закону є встановлення нових правових та організаційних засад служби в органах місцевого самоврядування як професійної та політично неупередженої діяльності на благо держави і громади, а також для гарантування реалізації громадянами України права рівного доступу до влади [1].

Законом передбачається створення правових передумов для:

- підвищення престижності служби в органах місцевого самоврядування;
- врегулювання статусу службовця органу місцевого самоврядування;
- рівного доступу до служби в органах місцевого самоврядування виключно на основі заслуг;
- прозорого прийняття на службу до органів місцевого самоврядування;
- стимулювання кар'єрного зростання;
- деполітизації;
- нової моделі оплати праці, що мінімізує суб'єктивізм керівника;
- впровадження ефективного механізму запобігання корупції;
- підвищення рівня соціального та матеріального захисту службовців.

Проект містить ряд новел, головними серед яких є: новий поділ посад в органах місцевого самоврядування на категорії; вимоги до політичної неупередженості службовців; вимоги до рівня професійної компетентності особи, яка претендує на зайняття посади в органах місцевого самоврядування; порядок проведення конкурсу; новели щодо оплати праці, преміювання та заохочення.

У даний час в Україні розробляється механізм атестації осіб, які претендують на зайняття посад в органах державної влади та місцевого самоврядування, у тому числі щодо вільного володіння українською мовою. Наприклад, розроблено проект Порядку атестації осіб, які претендують на вступ до державної служби, щодо вільного володіння державною мовою, який повинен бути ухвалений постановою Кабінету Міністрів України у травні 2017 р. Цей

Порядок також стосуватиметься й атестації претендентів на службу в органах місцевого самоврядування.

Здійснення добору персоналу до роботи в органах місцевого самоврядування на конкурсній основі дозволить на початковій стадії кадрового забезпечення орієнтуватися на професійні навички, досвід управлінської діяльності, правову підготовку претендентів, а також їхні морально – психологічні якості. Сучасні вимоги щодо кадрового забезпечення органів місцевого самоврядування передбачають добір працівників, які спроможні запроваджувати демократичні цінності правової держави та громадянського суспільства, відстоювати права людини і громадянина, а також мають професійні навички, що ґрунтуються на аналітичних здібностях [2, с.210].

З прийняттям Закону України «Про службу в органах місцевого самоврядування» складаються правові передумови для підвищення престижності служби в органах місцевого самоврядування; врегулювання статусу службовця органу місцевого самоврядування; рівного доступу до служби в органах місцевого самоврядування виключно на основі заслуг; прозорого прийняття на службу в органи місцевого самоврядування; стимулювання кар'єрного зростання; деполітизації.

Список використаних джерел

1. Про службу в органах місцевого самоврядування: Законопроект від 09.02.2017 №2489. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/chow>.
 2. Муніципальний менеджмент: [навч. посіб.] /За ред. А. Ф. Мельник. – К.: Знання, 2006. – 420 с.
-

ІНСТРУМЕНТАРІЙ БАЗОВОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ ЗАСОБАМИ ТАБЛИЧНОГО ПРОЦЕСОРА MICROSOFT EXCEL

**Людвік А. Д.,
здобувач вищої освіти 1 курсу
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –**

Протас Н.М., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Тенденції розвитку сучасного суспільства мають переважно техногенний характер. Сучасний світ побудований на базі комп'ютерних електронних систем, які мають місце фактично в усіх сферах діяльності людини. Незважаючи на те, що комп'ютер існує всього близько 50 років, весь світ охоплений загальнодоступними мережами настільки, що життя без комп'ютерів та їх спільної взаємодії на сьогодні не є можливим.

Діяльність будь-якого підприємства чи організації сьогодні супроводжується реєстрацією та записом стану функціонування цього об'єкту та резуль-

татів його діяльності. Очевидно, що потрібні методи ефективної обробки потоків економічної інформації, які надає аналіз даних. Враховуючи вимоги часу, методи сучасного аналізу даних повинні мати такі властивості [1]:

- можливість обробки даних дуже великих об'ємів;
- можливість обробки різнорідних даних (кількісних, якісних, текстових); здатність оперативної обробки даних;
- результати аналізу повинні бути конкретними й зрозумілими для подальшого прийняття управлінських рішень;
- інструменти аналізу даних повинні бути простими у використанні і доступні для застосування широкому загалу користувачів.

Для успішної роботи необхідно мати уявлення про всі можливі варіанти роботи і уміння свідомо вибирати серед них, в залежності від обставин, найдоступніші та найраціональніші. У процесі обробки та візуалізації експериментальних даних можна використовувати спеціалізоване програмне забезпечення, яке не завжди є простим у використанні. Тому раціональніше спробувати скористатися табличним Microsoft Excel, що як і усі програми зі складу пакета MS Office, з одного боку має переваги для інтелектуально розвинутого користувача, а з другого – має досить широкі можливості для аналізу даних.

Мета нашого дослідження – розкрити основні можливості засобів табличного процесора Microsoft Excel для аналізу економічних даних.

Microsoft Office Excel є потужним табличним процесором, що широко використовується як рядовими користувачами, так і фахівцями вузького профілю для роботи з електронними таблицями. Електронні таблиці використовуються в якості простих баз даних, як додаток для побудови графіків та діаграм, для математичної, статистичної та графічної обробки текстових і числових даних у табличному виді.

Проте, робота з таблицею не обмежується простим занесенням до неї даних. Важко уявити собі галузь, де б не був потрібний аналіз цих даних. *Аналіз даних* – область інформатики, що займається побудовою і дослідженням найбільш загальних математичних методів і обчислювальних алгоритмів вилучення знань з експериментальних (у широкому сенсі) даних. Аналіз даних – порівняння різної інформації.

Засоби Microsoft Excel, які дають змогу виконувати базовий аналіз даних, можна розділити на три рівні [2]:

- формули користувача, які розміщуються в комірках електронної таблиці, й окремі формули та етапи статистичних розрахунків (обчислення середнього значення, розрахунок відхилень, квадратів відхилень, сум квадратів відхилень, добутків відхилень та їх суми тощо), які реалізують за допомогою елементарних математичних операцій та функцій;
- статистичні, логічні та інші функції, які являють собою функціональні програмні модулі, що реалізують окремі статистичні формули (розрахунок середніх значень дисперсії, коефіцієнта кореляції, довірчого (надійного) інтервалу тощо), і можуть використовуватись у формулах. Microsoft Excel міс-

тять кілька десятків статистичних функцій, робота з якими ведеться за допомогою спеціальної програми майстра функцій;

– надбудова *Анализ данных* (пакет аналізу), який являє собою пакет спеціалізованих програм (макрофункцій), призначених для розв’язання складних статистичних, економічних та інженерних завдань із поданням результатів у різних формах, включаючи графічну, і набір звітів.

Крім того, існує можливість створення власних програм обробки даних на основі Excel за допомогою мови програмування Visual Basic for Applications (VBA), яка входить до системи Office як загальний внутрішній засіб програмування і розширення можливостей аплікацій.

Для базового аналізу даних в Microsoft Excel (починаючи з версії 2007) використовуються команди стрічки *Данные* (рис. 1-3). Вони включають можливість отримання зовнішніх даних, сортування даних, відбір і фільтрацію даних за встановленими критеріями, консолідацію даних і створення зведених таблиць, аналіз «*Что если*» (диспетчер сценаріїв, підбір параметрів, таблиці даних), пошук рішення для розв’язання оптимізаційних задач (надбудова *Поиск решения*), статистичний аналіз даних (надбудова *Анализ данных*).

Наприклад, використовуючи інструмент *Подбор параметра*, можна розрахувати рівень урожайності, який необхідний для досягнення бажаного валового збору з поля (рис. 4), або ж дозволить змоделювати ціну для отримання певного прибутку тощо.

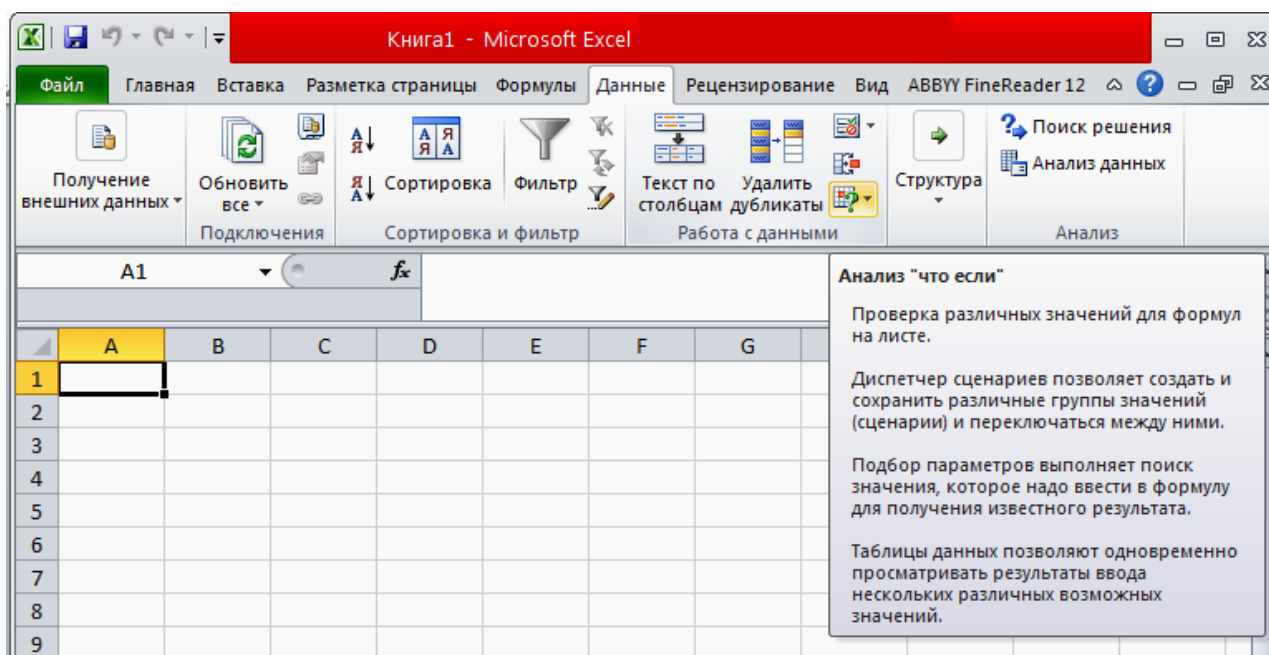


Рис. 1 Инструменты стрічки *Данные* для обробки даних

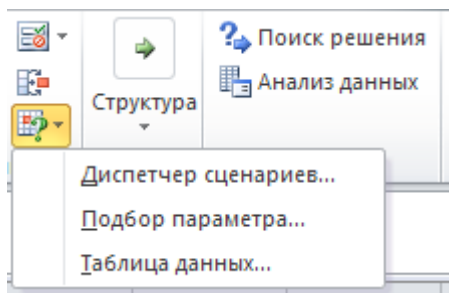


Рис. 2. Аналіз «Что если»

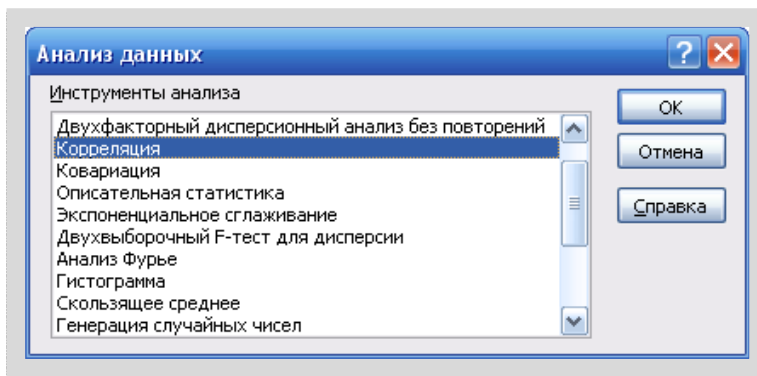


Рис. 3. Надбудова «Анализ данных»

	J	K	L	M	N	O	P	Q
6								
7	Довжина поля	a=	200 м					
8	Ширина поля	b=	300 м					
9	Урожайність	y=	32 ц/га					
10	Ціна	z=	2400 грн/т					
11	Валовий збір	V=	46080 грн					
12								

Рис. 4. Використання *Підбору параметра*

Отже, на сьогодні комп'ютерні засоби та відповідне програмне забезпечення (зокрема табличний процесор Microsoft Excel) зробили складний апарат аналізу даних доступним і простим у використанні для широкого кола спеціалістів різних предметних галузей.

Список використаних джерел

1. Мінько О. О. Сучасний аналіз даних в Excel для науковців / Науково-учбовий центр прикладної інформатики НАН України. – Київ : НУЦПІ НАНУ, 2016. - 476 с. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ru.calameo.com/read/0031683721a4b517a668b>
2. Гунько С. Особливості використання табличного процесора Microsoft Excel для статистичного аналізу емпіричних даних / Степан Гунько // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.– Розділ II. Теорія навчання.– № 8, 2014. – С. 41-43.
3. Офіційний сайт компанії Microsoft Corp.: <http://www.microsoft.com/rus> в Internet: <http://www.microsoft.com/rus>
4. Саймон Джинджер. Аналіз даних в Excel: наглядний курс створення звітів, діаграм і звідних таблиць; пер. з англ. — М.: Вільямс; Київ: Діалектика, 2004. — 528 с.

СИСТЕМА КОНТРОЛІНГУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Мандаліна Н. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Комаріст О.І., кандидат економічних наук, доцент*

Сьогодні на вітчизняних підприємствах досить швидко йде процес інтеграції традиційних методів обліку, аналізу, нормування, планування й контролю в єдину систему одержання, обробки й узагальнення інформації. Мова йде про систему, що дозволяє управляти підприємствами, орієнтуючись не тільки на одержання прибутку (як важливого поточного результату їхньої діяльності), але й на одночасне комплексне вирішення багатьох інших актуальних завдань, одним з яких виступає інтенсифікація стійкого й ефективного розвитку енергоефективних та енергозберігаючих процесів на підприємствах.

Контролінг – це спеціальна система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства, що охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг.

З використанням системи «контролінгу» на підприємстві можуть вирішуватися, наприклад, такі важливі завдання, як оцінка й вибір для реалізації перспективних інвестиційних, інноваційних та енергоефективних проектів, визначення оптимальних шляхів їхнього фінансування в сучасних умовах й у перспективі і т.д. Тому служба контролінга на підприємстві повинна прагнути управляти процесами поточного аналізу й регулювання планових і фактичних показників підприємств, щоб (по можливості) уникати помилок, відхилень і прорахунків не тільки в сьогоденні, але і майбутньому [3].

На сьогоднішній день ряд підприємств стикаються з проблемами неефективності системи контролінгу, пов'язаними з нездатністю інструментів і важелів контролінгу впоратися з тими завданнями, які перед ним ставляться. В основному, бездієвість і безрезультативність системи пов'язана з комплексом помилок, які допускають при впровадженні або безпосередньо роботи системи контролінгу [2].

Правильно побудована система контролінгу повинна бути спрямована «вперед», а не «назад». Тобто її завданням є не лише звіт про фактично проведені витрати або отримані прибутки, а забезпечення менеджменту підприємства повної і якісною інформацією для прийняття рішень з планування майбутніх доходів і витрат.

Необхідність впровадження контролінгу на підприємстві обумовлена наступними причинами:

- підвищення нестабільності зовнішнього середовища висуває додаткові вимоги до системи управління підприємством;

- система управління підприємством вимагає наявності ефективного механізму внутрішньої комунікації;
- доцільність побудови спеціальної системи інформаційного забезпечення управління.

Створення єдиної служби (підрозділу) контролінгу має такі переваги:

- забезпечення керівництва повною, достовірною економічною інформацією і реалізація можливостей формування альтернативних підходів для прийняття управлінських рішень, оптимізація управлінської діяльності;
- попередження, оперативне виявлення та усунення недоліків у роботі окремих структурних підрозділів підприємства;
- визначення резервів зниження собівартості продукції й удосконалення процесів управління витратами підприємства, їх своєчасний контроль;
- удосконалення мотиваційних підходів та процесів управління персоналом [4].

Контролінг як поза функціональний інструмент управління дає можливість уникнути неузгодженості під час прийняття управлінських рішень і дозволяє своєчасно виявити прихований потенціал у системі управління витратами [1].

В даний час існує необхідність впровадження контролю на багатьох українських підприємствах, оскільки зберігаються проблеми в області управління: низька оперативність інформації; складнощі з розділенням змінних і постійних витрат; відсутність контролю за досягненням цілей підприємства.

Отже, впровадження системи контролінгу управління необхідно здійснювати на всіх етапах організації і функціонування підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. Посібник / І. Є. Давидович – К.: Центр учбової літератури, – 2008. – 320 с.
 2. Зоріна О.А. Організація контролінгу в Україні: питання теорії та практики / О.А. Зоріна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Management/2009_647/61.pdf
 3. Іванова З.О. Особливості формування системи контролінгу на підприємствах / З.О. Іванова // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - №6. – С. 136-142.
 4. Марченко Д. М. Удосконалення організації внутрішнього фінансового контролю підприємств / Д. М. Марченко, Г. М. Яровенко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – С. 163-171.
-

ЗАХОДИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ТА СТИМУЛЮВАННЯМ ПРАЦІ В ПІДПРИЄМСТВІ

**Манженко А.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Шульга Л.В., кандидат економічних наук, доцент**

Ефективна діяльність підприємств залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього майнового потенціалу, але і від компетенції та рівня стимулювання та мотивації персоналу. Для успішного формування та реалізації будь-яких елементів потенціалу потрібні, насамперед, правильно підібрані кадри, якісне їх навчання, організаційна культура, тісне співробітництво між ними, можливості для вияву ініціативи, достатній рівень мотивації, матеріальне та нематеріальне стимулювання. Талановиті, кваліфіковані, досвідчені фахівці – це не тільки ресурс, що дозволяє ефективно досягати поставлених цілей, але і джерело конкурентної переваги. Основою будь-якої організації і її головним багатством є люди. При цьому людина стає не тільки ключовим і найціннішим „ресурсом“ організації, але і найкоштовнішим [3, с. 24].

Також, при дослідженні системи управління мотивацією, дозволяє сформулювати основні напрями її вдосконалення.

Метою вдосконалення управління системою мотивації в підприємстві є побудова ефективної системи трудової мотивації.

Нами розроблено та запропоновано перелік проектних пропозицій щодо вдосконалення системи мотивації в підприємстві.

Першим напрямком є створення в підприємстві відділу з управління персоналом. Основними проектними рішеннями тут є: структурне визначення положення відділу з управління персоналом в організаційній структурі підприємства; розробка положення про відділ з управління персоналом; розробка посадових інструкцій начальника відділу та менеджерів з управління персоналом; розподіл функцій з управління мотивацією між співробітниками відділу.

Для ефективної діяльності підприємства в цілому повинна існувати система з управління персоналом, керована з єдиного центру - відділу з управління персоналом. Від успішності її роботи багато в чому залежить продуктивність праці всіх працівників організації [1, с. 213].

Відділ з управління персоналом буде виконувати наступні функції: аналіз стану діяльності компанії, перспектив розвитку, укомплектованості кадрами; визначення потреби у працівниках різних спеціальностей; складання банку даних по всіх посадах і професіях; здійснення контролю за раціональним використанням персоналу; складання всіх необхідних документів по прийому, переміщенню і звільненню працівників; оформлення працівникам організації всіх видів відпусток і лікарняних листів, підготовка матеріалів на нагородження і заохочення, оформлення і призначення пенсій; підготовка

наказів на виплату співробітникам всіх передбачених відповідними положеннями винагород; складання встановленої статистичної звітності; ведення кадрової документації; формування і робота з резервом (підбір, відбір, комплексне соціолого-психологічне дослідження та вивчення резерву; видача рекомендацій щодо його подальшого використання; складання банку даних резерву; соціально-психологічне навчання); вивчення та аналіз рівня професійних знань персоналу, визначення потреби в підвищенні його кваліфікації, підготовки та перепідготовки; організація заходів щодо навчання персоналу.

Аналіз причин звільнення працівників компанії показав, що основною причиною звільнення є невдоволення заробітною платою (її низький рівень) і системою оплати праці в цілому. Почасово-преміальна система оплати, діюча в організації, виконує зрівняльну функцію і не зацікавлює працівників у результатах праці.

Отже, другим основним напрямком створення ефективної системи управління трудовою мотивацією працівників є вдосконалення системи матеріальної винагороди та стимулювання, проектними рішеннями якого є: вдосконалення тарифної сітки; вдосконалення критеріїв і методів оцінки персоналу; перегляд тарифно-кваліфікаційних характеристик посад службовців.

Дані три напрями вдосконалення системи матеріальної винагороди та стимулювання представляють собою розробку гнучкої системи винагороди праці.

Гнучка система винагороди праці передбачає крім вдосконалення способів грошового стимулювання пошук адекватних сучасним умовам форм не грошового матеріального стимулювання, пов'язаного, як правило, з наданням соціальних послуг персоналу. Дані заходи актуальні в даний час, оскільки служать інструментом стабілізації кадрів. Працівники завжди вище оцінюють привабливість робочого місця, якщо в додаток до прямої оплати праці пропонуються інші види заохочень.

Список використаних джерел

1. Авдєєв В. В. Управління персоналом: [навчальний посібник, технологія формування команди] / В. В. Авдєєв. - М.: Фінанси і статистика, 2004.
 2. Бортник В. А. Мотиваційна складова формування кадрового потенціалу / В. А. Бортник // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 129-135.
 3. Петрова Т. Професійний розвиток працівників : проблеми стимулювання персоналу та зацікавленості роботодавців / Т. Петрова. – Україна : аспекти праці. – 2010. - № 4. – С. 23-27
-

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**Марченко В. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Світлична А. В., кандидат економічних наук, доцент**

Спрямованість на досягнення результатів є загальним фактором усіх об'єктів розвитку. Саме поняття «результат» стосовно процесу організаційних змін є дуже широким і багатостороннім. А вибір критеріїв оцінки результатів і створення самої системи управління результативністю підприємства за умов проведення комплексу організаційних та економічних змін залишається проблемою як у сучасній науковій літературі, так і на практиці. У зв'язку з тим, що серед цілей структурної перебудови як на макрорівні, так і на мікрорівні є цілі загальносистемного характеру та виникає потреба формування критеріїв оцінки результативності й механізмів їх забезпечення. Для цього не завжди підходять показники економічної ефективності господарської діяльності [6, с. 53].

Результативність характеризується досягненням очікуваного стану об'єкта управління, мети управління або рівнем наближення до неї. Вона пов'язана з виробничими, технологічними та управлінськими процесами, конкретними проблемами і способами їх розв'язання [3, с. 29]. Результативність, з одного боку, залежить від створення умов і результатів праці на конкретному об'єкті, а з іншого – від зовнішнього середовища та ситуацій, які визначають кон'юнктуру ринку, та від величини акціонерного капіталу й величини ситуаційного доходу від реалізованого товару [6, с. 54].

Фактори, що впливають на результативність підприємства:

- потенціал системи підприємства;
- збалансованість складових суб'єкта господарювання;
- процеси на всіх стадіях кругообігу засобів виробництва;
- раціональність співвідношення між результативністю господарської та результативністю фінансової діяльності;
- оптимальна залежність між активною і пасивною адаптивними реакціями системи;
- потенціал конкурентного статусу організаційних формувань [8, с. 16].

Формуючи систему управління результативністю діяльності підприємства, слід враховувати, що кінцева результативність визначається рівнем забезпечення раціональної взаємодії зовнішнього і внутрішнього середовищ, а також рівнем використання їхніх факторів як основи формування конкурентних переваг господарюючих структур.

Сутність управління за результатами є наслідком природного й безперервного процесу розвитку систем управління. Якщо цільове управління ро-

биль основний наголос на плануванні, то управління за результатами бильше уваги акцентує на реальному процесі управління, на мотивації і кваліфікації керівників. Це є практична філософія управління, яка об'єднує багато сучасних напрямів – стратегічне управління, ситуаційне управління, інтегрований розвиток керівників і організацій тощо. Оцінка управлінського потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах їх стратегічної орієнтації [5, с. 35] свідчить про те, що в більшості підприємств система менеджменту як цілісність не сформована. Оперативна орієнтація в діяльності підприємств не є прогресивною і стратегічно орієнтованою. Рівень готовності менеджменту до ризику, а також до ефективної праці в умовах нестабільної економіки досить низький. Також встановлено, що економічно сильні сільськогосподарські підприємства проявляють готовність до подолання труднощів та тимчасових невдач. При цьому з підвищенням рівня розвитку управлінського потенціалу зростають виробничі і економічні показники [7, с. 65]. Таким чином, важливим об'єктом контролю, аналізу та оцінки повинні бути потенціал менеджменту та його складові, оскільки успішність діяльності підприємств значною мірою залежить від його сформованості та адаптованості до вирішення стратегічних завдань [4, с. 120].

На рис. 1 наведена схема управління результативністю організаційної системи.

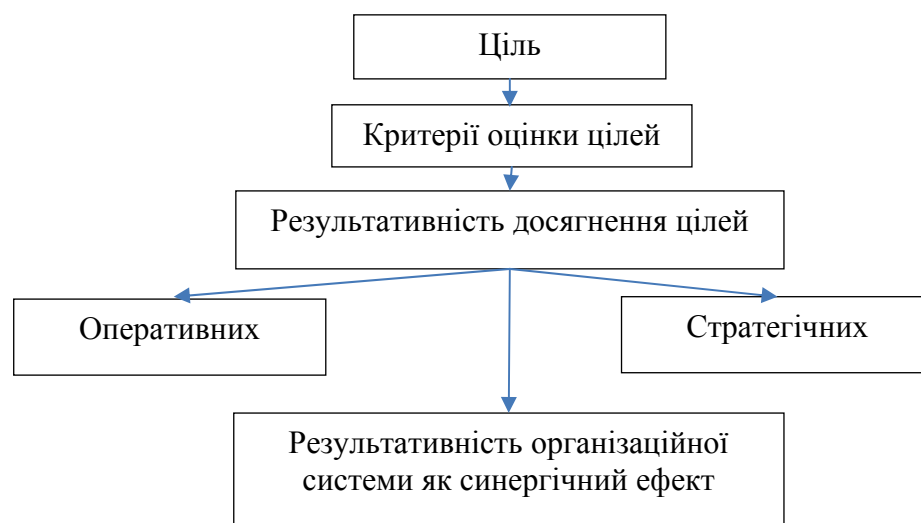


Рис. 1. Схема управління результативністю організаційної системи підприємства [2, с. 68]

Управління підприємством спрямоване на отримання потрібних результатів у даному конкретному оточенні. За допомогою системи управління керівники прагнуть впливати на процес досягнення поставленої мети на всіх етапах – на стадії планування, виконання й контролю за виконанням. На практиці це є робота з управління діяльністю. Управління персоналом з погляду діяльності підприємства означає прагнення досягти максимальних результатів у їхній роботі. Робота керівника має значення не лише за результатами підприємства, а й з позиції особистого життя працівників [1, с. 47].

Отже, єдиною метою управління підприємством є досягнення результатів, що передбачає безперервне повторення основних етапів: планування, реалізація планів та контроль за їх виконанням. Управлінські елементи слід постійно оновлювати з урахуванням вимог майбутніх змін в зовнішньому середовищі та в підприємстві, тобто прагнути досягти нових результатів як загального знаменника процесу розвитку. В управлінні за результатами можливості підприємства повинні використовуватися таким чином, щоб плани діяльності охоплювали як стратегічний рівень, так і рівень індивідуального використання робочого часу окремими працівниками.

Список використаних джерел

1. Гудзинський О. Д. Менеджмент у системі агробізнесу / О. Д. Гудзинський. – К. : Урожай, 1994. – 235 с.
2. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкуренто-спроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : [монографія] / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
3. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер; [пер. с англ. М. Котельниковой]. – М. : ФАИР-Пресс, 1998. – 288 с.
4. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент : [підручник] / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнатєва. – К. : Каравелла, 2006. – 320 с.
5. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент : [навч. посібник] / Г. В. Осовська, О. Л. Фішук, І. В. Жалінська. – К. : Кондор, 2003. – 196 с.
6. Пилипенко О. С. Оцінка управлінського потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах стратегічної орієнтації / О. С. Пилипенко // Науково-практичний журнал «Агросвіт». – 2010. – № 2. – С. 52-56.
7. Менеджмент організацій / За загальною редакцією Л. І. Федулової: [підручник для студентів ВНЗ]. – К. : Либідь, 2003. – 446 с.
8. Шершньова З. Е. Антикризове управління підприємством : [навч.-метод. посібник] / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 2004 – 196 с.

ЗВЕДЕНІ ТАБЛИЦІ MICROSOFT EXCEL ЯК ЗАСІБ АНАЛІЗУ ЕКОНОМІЧНИХ ДАНИХ

**Мауер Д. Р.,
здобувач вищої освіти 1 курсу,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Протас Н.М., кандидат сільськогосподарських наук, доцент**

У результаті розвитку інформаційних технологій, ведення документації на підприємствах, фірмах та інших установах стало легшим, завдяки електронним табличним редакторам. Адже багато обчислень доцільно виконувати саме в таблицях. Електронні таблиці призначені для зберігання та опрацювання даних, які подані у табличній формі.

Мета дослідження – аналіз можливостей табличного редактора Excel щодо обробки економічних даних, зокрема – побудова зведених таблиць.

Електронні таблиці це – двовимірні масиви, які називаються робочими аркушами і які складаються з рядків і стовпчиків. Вони дозволяють створювати таблиці і автоматизувати опрацювання табличних даних, виконувати економічні, бухгалтерські та інженерні розрахунки, будувати діаграми, проводити економічні аналізи [1].

Табличний процесор Microsoft Excel застосовується для автоматизації розв'язування економічних задач і в певній мірі виконує роль «калькулятора». Для роботи з економічними даними в Microsoft Excel потрібно використовувати запропоновані формули та функції.

Формули складають основу опрацювання даних Microsoft Excel. Основними складовими формул є: знаки математичних операцій, вбудовані функції Microsoft Excel та посилання на чарунки. Будь-яка формула починається із знаку (=) і являє собою арифметичний чи логічний вираз

Функціями в Microsoft Excel називають об'єднання декількох обчислювальних операцій для розв'язання визначеної задачі. Вони являють собою формули, що мають один або декілька аргументів. У якості аргументів указуються числові значення або адреси чарунок. Функції в Microsoft Excel дозволяють виконувати як прості, так і найскладніші обчислення.

В табличному редакторі Microsoft Excel існує понад 150 функцій: арифметичні, логічні, тригонометричні, функції, що призначені для опрацювання статистичних даних і фінансових розрахунків тощо. Для включення у формулу вбудованої функції використовується *Майстер функцій*. Майстер функцій – це спеціальна програма, за допомогою якої можна вибрати потрібну функцію і виконати її, вказавши всі потрібні параметри [2]

Одним із засобів аналізу даних, що Microsoft Excel надає користувачам, є так звані зведені таблиці. Зведена таблиця - це таблиця, яка використовується для швидкого підведення підсумків або об'єднання великих об'ємів даних. При цьому формат (вид) таблиці, а також спосіб обчислень, задається користувачем. Головний вигодою від використання зведених таблиць полягає в тому, що процес їх створення і внесення в них змін є автоматизованим, а тому простим і швидким.

Зведена таблиця може бути створена на основі даних, що містяться в списку або базі даних Microsoft Excel, на декількох робочих листах Microsoft Excel, в зовнішній базі даних[4] або в іншій зведеній таблиці.

Список, або база даних Microsoft Excel, - це сукупність даних, що певним чином згруповані. Список, як і всяка база даних, складається з записів, або рядків. Кожний запис (рядок) має однакову структуру: він поділений на поля, або стовпці (або, ще інакше, - категорії). Перший рядок списку містить назви полів.

Зведені таблиці дозволяють на основі існуючих даних у списках будувати результуючі таблиці, де виконувати певні обчислення з групами даних (наприклад, можна сформувати зведену таблицю, де обчислити сумарні надходження від реалізації різних марок автомобілів кожним менеджером фірми (рис. 1)).

Побудова зведеної таблиці здійснюється за допомогою так званого Майстра зведених таблиць: слід вказати, на основі яких полів необхідно створити зведену таблицю, сформулювати вид таблиці, вказати операцію з даними.

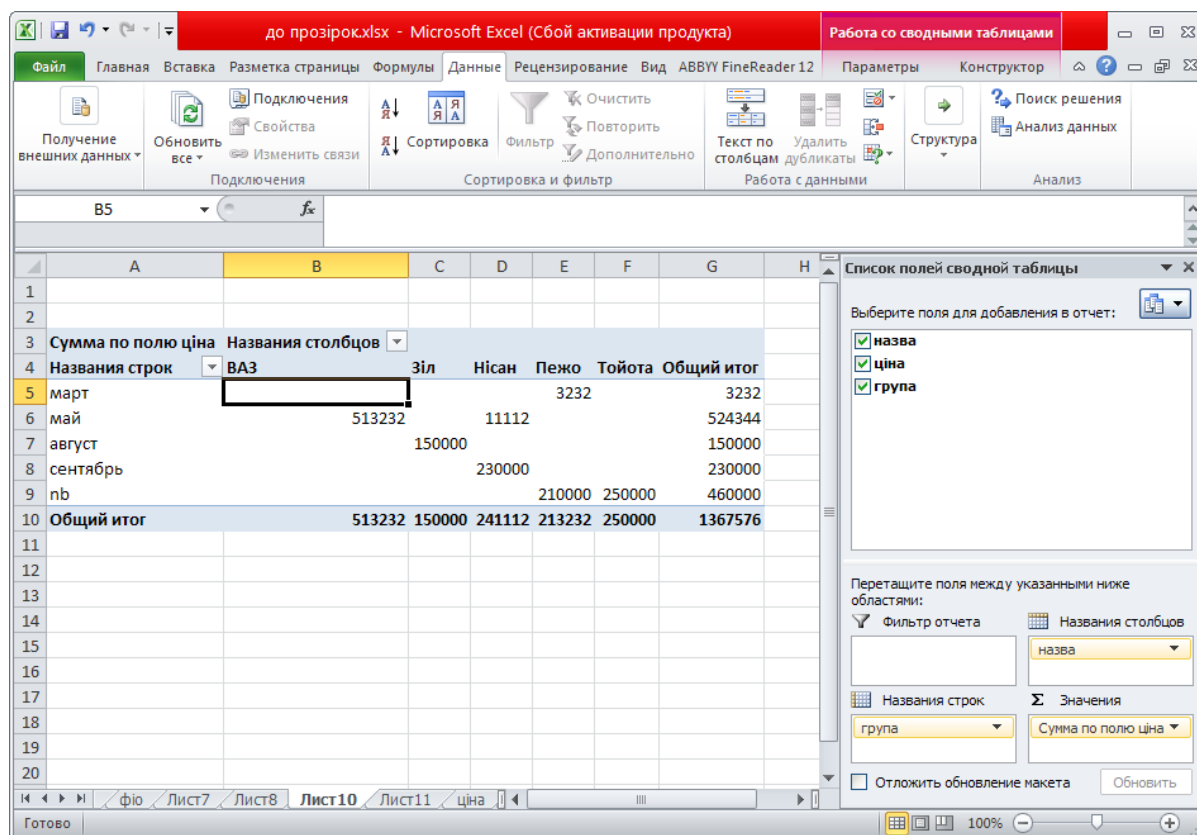


Рис. 1. Приклад побудови зведених таблиць у Microsoft Excel

Отже, таблиці Microsoft Excel мають досить важливе значення для діяльності людини у економічній сфері. Вони роблять розрахунки значно легшими і точними у обчисленні, при тому не потребуючи великих затрат часу.

Список використаних джерел

1. Зацеркляний М.М., Мельников О.Ф., Струков В.М. Основи комп'ютерних технологій для економістів. Навчальний посібник, – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 672с.
2. Работа з функціями в MS Excel. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://elib.lutsk-ntu.com.ua/book/knit/ki/2015/15-39/page12.html>
3. Microsoft – офіційна домашня сторінка. Огляд формул у програмі Excel – Excel. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <https://support.office.com/uk-ua/article/Excel-ecfdc708-9162-49e8-b993-c311f47ca173>
4. Войтков В Г - Информатика та комп'ютерна техніка / В, Г. Войтков. – [Електронний ресурс] / – Режим доступу: http://lubbook.org/book_229_glava_21_Tema17_Elektronn%D1%96_tabli%D1%81%EF%BF%BD.html

МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Михалкова Н. В.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент» (магістерська програма
«Бізнес-адміністрування»)
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дячков Д. В., кандидат економічних наук*

На сучасному етапі розвитку економічної системи господарювання України досить гостро постала проблема організації процесу управління на стратегічній основі та формування корпоративної стратегії, яка б створювала передумови для сталого розвитку. Особливістю сучасного періоду є те, що євроінтеграційні та глобалізаційні процеси суттєво впливають на формування корпоративної стратегії на рівні підприємств середнього та великого бізнесу незалежно від галузі діяльності, що обумовлює необхідність дієвих методик визначення а координування стратегічного набору суб'єкту господарювання.

На основі наопрацювань вітчизняних та зарубіжних вчених та практиків доцільно виділити наступні групи методів визначення корпоративної стратегії: матричні методи; ситуаційний аналіз; «кабінетні» дослідження; спостереження, опитування працівників, конференції, експертні оцінки; математичні та статистичні методи; інформаційно-логічний аналіз.

При проведенні дослідження з даного питання було виявлено різні методи оцінки й аналізу положення підприємства та визначення стратегії підприємства. У кожному окремому випадку необхідний диференційований підхід, аналіз специфіки галузі й цільового споживача. При здійсненні аналізу найбільш відомих і застосовуваних у практичній діяльності підприємств методів визначення стратегії підприємства були визначено, що існує досить велика кількість методів визначення стратегії підприємства, а саме: модель Бостонської консультативної групи; модель М. Портера; метод «Мак-Кінсі»; модель Shell/DPM; метод LOTS; метод PIMS; ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз); метод експертного оцінювання; модель Хофера/Шенделя; фінансово-економічний метод; метод картування стратегічних груп, тощо (табл. 1).

Отже, забезпечення успіху вітчизняного суб'єкта господарювання на ринку на протязі тривалого часу вимагає окреслення та оцінки можливих альтернативних варіантів розвитку бізнесу підприємства та визначення серед них оптимальних варіантів з урахуванням можливостей та загроз зовнішнього середовища, його внутрішнього потенціалу, сильних й слабких сторін.

З огляду на наведені у таблиці показники, найкращими методами визначення корпоративних стратегій підприємства на цільовому ринку є модель БКГ, модель М.Портера, метод LOTS, SWOT-аналіз, фінансово-економічний метод.

Характеристика методів визначення стратегії підприємства [1, 2, 3]

Метод аналізу	Показники аналізу	Змінні, що використовуються при аналізі	Принцип побудови	Переваги	Недоліки	Доцільність застосування на вітчизняних підприємствах
Модель БКГ	Темп зростання ринку; відносна частка ринку	Обсяг продаж; питомі витрати	Матриця 2x2	Простота використання; дає можливість визначити стратегії подальшого розвитку підприємства	Мала кількість аналізованих факторів; не здійснюється аналіз причин явища; змінні не найкращим способом характеризують діяльність підприємства	Доцільна для аналізу стратегічних господарських одиниць у рамках підприємства, утруднено визначення частки ринку
Модель М. Портера	Структура й динаміка діючих конкурентів; потенційні конкуренти; тиск товарів-замінників	При аналізі діючих конкурентів використовуються показники рентабельності виробництва та ринкової частки	Осі координат, матриця 2x2	Дає можливість визначення впливу зовнішніх факторів на конкуренцію	Для проведення аналізу необхідні кваліфіковані кадри; виникають труднощі зі збором даних	Застосування можливе й необхідне
Метод Мак-Кінзі	Привабливість ринку; конкурентоспроможність підприємства	6 змінних привабливості ринку; 9 змінних відносно переваги підприємства	Оцінка експертів, матриця 3x2	Надає детальний аналіз стратегічного положення на ринку; можливість вибору альтернативи розвитку; вимоги до компетенції експертів	Втрачається значення окремих факторів при підсумовуванні та декількох оцінок пропонувані стратегії конкуренції є поверхневими	Застосування недоцільне через можливі похибки при виконанні і невизначеності результатів
Ситуаційний (SWOT) аналіз	Внутрішнє та зовнішнє середовище	По кожному показнику визначаються показники в індивідуальному порядку	Матриця загроз та можливостей сильних слабких сторін	Дає можливість зіставити можливості та загрози зі слабкими та сильними сторонами підприємства	Недостатньо враховуються фактори зовнішнього середовища; потребує затрат часу та висококваліфікованих фахівців.	Застосування необхідне

Модель Хофера/Шенделя	Стадії розвитку життєвого циклу; ефективність щодо конкурентів	15 сильних сторін підприємства, 6 змінних що характеризують стадії ЖЦ	Матриця 5x3	Дає можливість визначити бізнес-стратегію	Прийосована для корпоративного бізнес-портфеля або для взаємозалежних видів бізнесу	Не доцільно
Метод LOTS	Існуюче положення підприємства; конкурентна стратегія; довгострокові та короткострокові цілі; плани розвитку	Індивідуально визначаються змінні по кожному фактору	Тест-таблиця власного підприємства та конкурентів	Проводиться багатофакторний аналіз, що враховує всі аспекти господарської діяльності	Труднощі зі збиранням даних для проведення аналізу; не оцінюється діяльність маркетингу	Застосування можливе
Фінансово-економічний метод	Ліквідність, управління активами, платоспроможність, заборгованість, рентабельність	Використовуються коефіцієнти по кожній групі показників	Розрахунок коефіцієнтів по конкурентах, порівняльний аналіз	Повна й об'єктивна оцінка сильних та слабких сторін підприємства, складання ринкового рейтингу	Не враховуються елементи маркетингу, залишається без уваги менеджмент підприємства	Застосування можливе й необхідне

Список використаних джерел

1. Корецький М.Х. Стратегічне управління. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 240 с.
2. Кононенко Г.С. Загальна економічна стратегія розвитку підприємств: необхідність і розробка. [Електронний ресурс] / Г.С. Кононенко. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_kononenko.htm
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. навч. Посібник. – К: Видавництво «Центр учбової літератури», 2009. – 440 с.

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ПІДПРИЄМСТВА

*Мостовий А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність
«Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Осташова В. О., кандидат юридичних наук, доцент*

У самоменеджменті одним із найважливіших інструментів є органайзер або щоденник часу, який одночасно є календарем-пам'яткою та записною книжкою. Це надійний інструмент планування, довідник та інструмент контролю.

Існує також багато авторських методик для управління часом. Великою популярністю в англomовному світі користується методика Getting Things Done, розроблена Девідом Алленом. Вона базується на тому, що записування всіх поточних справ, проектів та ідей дозволяє тримати пам'ять неперевантаженою і вільною для найголовнішого. Важливим компонентом методики є прийняття рішення про те, чи є можливість щось удіяти відносно різного роду інформації, яка надходить. Як способи реагування на нову інформацію пропонується або заносити дату в календар, або додавати її до списку поточних дій, або розміщати у власній довідковій системі, або при недостатній важливості відкладати на непередбачуване майбутнє чи повністю відкидати.

В німецькомовному світі відомою є метод ALPEN Лотара Зайверта. Планувати час пропонується, використовуючи п'ять кроків, що відповідають першим літерам абрєвіатури ALPEN:

Aufgaben, Termine und geplante Aktivitäten notieren – нотувати завдання та заплановані дії;

Länge schätzen – оцінювати тривалість виконання кожної дії;

Pufferzeiten einplanen – включати у планування буферний час;

Entscheidungen treffen – приймати рішення;

Nachkontrolle – контроль за виконанням дій.

Порядок справ можна визначити за допомогою принципу Паретто (співвідношення 80:20), який полягає у тому, що за перші 20% часу досягається 80% результатів, а інші 80% часу приносять лише 20% загального результату.

Метод із установленням пріоритетів за допомогою аналізу «АБВ» базується на тому, що частки у відсотках більш важливих і менш важливих справ у сумі залишаються незмінними, а за допомогою літер «А», «Б», «В» справи поділяються за ступенем їх важливості. Найважливіші справи («А») становлять близько 15% від усієї кількості, а їх внесок у загальну справу становить до 65%, відповідно на важливі справи («Б») припадає 20%, кількість най-

менш важливих справ («В») становить до 65%, а їх внесок у загальну справу близько 15%. Методом прискореного аналізу за принципом Ейзенхауера розподіляються завдання, коли треба негайно визначити, яке з них є першочерговим. Використовуються такі критерії, як терміновість та важливість справи [1, с.71].

К. Секельгіді зазначені інструменти розглядає через призму трьох складових самоменеджменту: планування (метод «Альпи», правило Паретто, ABC-аналіз, правило Ейзенхауера), організація часу (визначення та дослідження біоритмів, делегування), контроль та оцінка (метод «п'яти пальців», хронометраж, метод маячків) [2, с. 121].

Усі перелічені інструменти і на даний час не втратили своєї актуальності, щоправда тотальна інформатизація всіх сфер буття людини, в тому числі, професійної, перенесла їх у площину новітніх інформаційних технологій.

Так метод, розроблений С. Кові, дозволяє за допомогою матриці, підсвідомо розставляти пріоритети стосовно запланованих дій. Система керування робочим часом реалізована у вигляді програми-органайзера mORG (повна назва – My Organizer) як приклад інноваційного підходу у питаннях керування часом. Складається органайзер з трьох основних частин: список справ, матриця часу, записна книжка.

Метод ALPEN Лотара Зайверта, який полягає у нотуванні завдань і запланованих дій комунікативного процесу, оцінюванні тривалості кожної дії, включення буферного часу, прийнятті рішень, контролі за виконанням дій у процесі комунікації, втілюється на практиці за допомогою комп'ютерних програм Act, Microsoft Outlook, Day-Runner, Leader Task, Day-Timer, Lotus Organizer тощо, електронних органайзерів та смартфонів.

Самоменеджмент керівника підприємства здійснюється не лише за допомогою інструментів тайм-менеджменту, а й через інструменти саморозвитку, головним та найбільш дієвим з яких є не традиційні курси підвищення кваліфікації, а спеціальні програми, які пропонуються задля професійного зростання. У свою чергу останні також можуть здійснюватися у прогресивні способи – вебінари, онлайн навчання, через використання мобільних додатків тощо.

Список використаних джерел

1. Грабчак О. В. Планування робочого часу як вагомий фактор професійного успіху [Електронний ресурс] / О. В. Грабчак // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна». – 2013. – № 1. – С. 69-72. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpkhist_2013_1_17

2. Секельгіді К. Особисте самоуправління та самоменеджмент державного службовця: до визначення понять [Електронний ресурс] / К. Секельгіді // Актуальні проблеми державного управління. – 2016. – Вип. 4. – С. 117-122. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdyo_2016_4_22

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Нагорна Ж. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес адміністрування»),
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Сазонова Т. О. кандидат економічних наук, доцент*

Управлінська праця всебічно впливає на систему виробництва і відображується у кінцевих його результатах. І це є вид громадського праці, основним завданням якої є забезпечення цілеспрямованої, скоординованої діяльності як розподіл окремих учасників спільного трудового процесу, і трудових колективів загалом.

Організація праці апарату управління визначає межі, в яких можливе вважене прийняття рішень на будь-якому ієрархічному рівні, можливості використання ресурсів організації в цілому, відповідальність, напрямки розвитку, регламентує управлінську діяльність, сприяє ідентифікації членів з підприємством. Крім формування цих загальних поглядів, вона забезпечує гармонізацію колективних та індивідуальних інтересів працівників.

В процесі своєї діяльності в аграрному підприємстві менеджеру необхідно виконувати наступні завдання [1]:

- постановка цілей і завдань, що відповідають інтересам і можливостям агропромислового комплексу;
- вибір стратегії, адекватній існуючій ринковій системі і поставленим цілям;
- аналіз діяльності конкурентів, їх перспектив розвитку;
- постановка проблеми і ухвалення відповідного управлінського рішення.

Організаційна праця апарату управління сільськогосподарського підприємства повинна бути достатньо гнучкою до сприйняття потреб зовнішнього середовища, забезпечуючи ефективне реагування на появу нових можливостей, а також ризиків і загроз [2].

Щоб вдосконалити організацію праці менеджерів аграрного підприємства ми пропонуємо програму підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів, що може бути застосована до персоналу в тому числі і менеджера ПП «ГРАНІТ-АГРО» (табл. 1). Оскільки ні навчання, ні підвищення кваліфікації на підприємстві в останні три роки не проводилось, то для його поступового впровадження ми вважаємо за доцільне розпочати такі заходи для управлінського персоналу підприємства та провідних спеціалістів.

**Програма цільової інтенсивної підготовки персоналу
ПП «ГРАНІТ-АГРО» на основі набору навчальних модулів, 2018 р.**

Зміст модулів	Тривалість курсу, днів	Кількість працівників, які відвідали захід	Вартість навчання, грн
Курс проблемних лекцій та ділові ігри з проблем управління, економіки, маркетингу, психології	7	15	2250
Спеціалізовані семінари з однієї із вибраних слухачем дисциплін	3 – 5	20	2000
Ділові і рольові ігри, аукціони ідей, круглі столи, соціально-психологічні тренінги	14 – 21	12	2400
Практичні заняття в малих групах у формі діалогу з викладачем	4 – 7	10	1000
Програмне навчання з ЕОМ	3 – 5	10	3000
Всього	31 – 45	67	10650

Також ми пропонуємо менеджерам ввести облікові листки (наряди) за формою (табл. 1). Доцільність даної пропозиції викликана тим, що ефективність роботи менеджера на пряму залежить від ефективності роботи його підлеглих. Даний документ не тільки має інформаційний зміст, але й мотиваційний.

Обліковий листок використання робочого часу та рівня продуктивності праці рекомендований для ПП «ГРАНІТ-АГРО», 2018 р.

№ Замовлення		Робота (операція), із зазначенням кінцевого результату	Кількість операцій	Вартість нормочасу, грн.	Плановий час (норма) на 1-у операцію, хвилин	Фактичний час виконання, хвилин	Рівень продуктивності праці (плановий час / фактичний час), %
ППБ _____ 2018							

Організація праці менеджерів на ПП «ГРАНІТ-АГРО» повинна здійснюватись систематично за основними напрямками, які встановлюються на тривалий період і є обов'язковими (рис. 1).

У підсумку зазначимо, праця менеджерів повинна бути організована таким чином, щоб втрати робочого часу були мінімальні. Проте ефективність праці повинна поєднуватися з дотриманням норм керованості, норм умов праці та раціональним плануванням робочого дня.

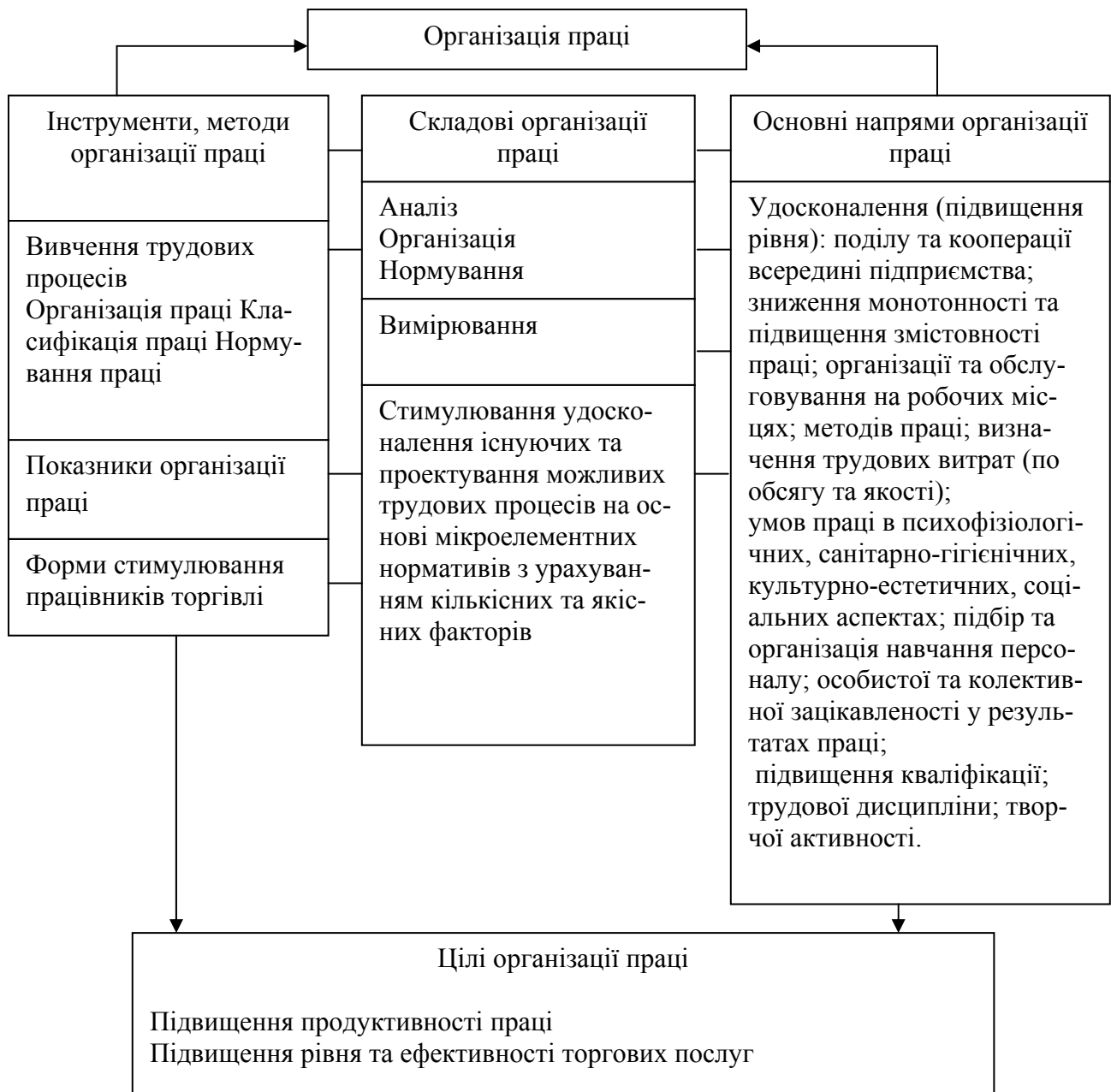


Рис. 1 Пропонована система складових організації праці для ПП «ГРАНІТ-АГРО», 2018 р.

Джерело складено на основі [3].

Список використаних джерел

1. Вербецький В. В. Організація праці менеджерів в аграрному підприємстві / В. В. Вербецький, Н. М. Глевацька // Тези доповідей студентів і магістрантів на XLV науковій конференції 19 травня 2011 року. Кіровоград : КНТУ, 2011. – 248 с.
2. Саруханов К. Як готувати кадри для підприємств / К. Саруханов // Проблеми теорії і практики управління. – 2014. – № 4. – 412 с.
3. Оранський Я. О. Окремі аспекти управління організацією праці на підприємствах: [Електронний ресурс] / Я. О. Оранський, Г. І. Капінос. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13_EISN_2014/Economics/10_167652.doc.htm

РОЗМІР ОТРИМАНИХ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ

Неймет П.А.
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка підприємства
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент

У ринковій системі господарювання категорія доходів (прибутків) посідає одне з центральних місць, адже одержання останніх є головною метою підприємницької діяльності, основним спонукальним мотивом будь-якого бізнесу. У зв'язку з цим значення рівня та розміру отриманих доходів має особливе значення. Прибуток, як основна частина доходів є головною метою та мотивом підприємницької діяльності, матеріальним джерелом економічного та соціального розвитку, інвестиційної та інноваційної діяльності, він стає фактором удосконалення відносин власності [2]. Аграрні підприємства Полтавського району у 2015 р. отримали 55,5 млн. грн прибутку (2,6 млн. грн у середньому на 1 підприємство) та рівень рентабельності – 18,3 %, на відміну від нижчого рівня за попередні роки. У 2015 р. порівняно з 2011 р. аграрними підприємствами валової продукції вироблено на 59,2 % більше, а у вартісному виразі на 134,5 млн. грн. У загальних обсягах району, ДП «ДГ «Степне» виробляє майже 8 % валової продукції, а показники прибутковості та рентабельності є вищими за середньорайонні за весь досліджуваний період (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка показників економічної ефективності сільськогосподарського виробництва підприємств Полтавського району, 2011-2015 рр.

Показники	Роки					2015р. до 2011р.	
	2011	2012	2013	2014	2015	+,-	%
Прибуток (збиток) від реалізації сільськогосподарської продукції у аграрних підприємствах, тис. грн							
Полтавський район	18780	53105	45426	18284	55573	36793,0	295,9
в середньому на 1 підприємство району	894,3	2528	2163	870,7	2646	1752,0	295,9
ДП «ДГ «Степне»	3440	3123	3149	5883	6687	3247,0	194,3
ДП «ДГ «Степне» до середньорайонних даних, +,-	2545	594,2	985,9	5012	4040	1495,0	x
Рівень рентабельності (збитковості) виробництва сільськогосподарської продукції у аграрних підприємствах, %							
Полтавський район	26,9	24,7	23,5	35,8	29,5	2,6	109,8
ДП «ДГ «Степне»	16,4	1,8	5,1	29,2	11,2	-5,2	x
ДП «ДГ «Степне» до середньорайонних даних, +,-	26,9	24,7	23,5	35,8	29,5	2,6	109,8

За період 2011-2015 рр. сільськогосподарські підприємства Полтавського району збільшили обсяги виробництва аграрної продукції на 59,2 %. якщо у 2011 р. підприємствами було вироблено продукції на 227,1 млн. грн, то у 2015 р. – на 361,6 млн. грн. Лідирує серед підприємств Полтавської області у 2015 р. Глобинський район, сільськогосподарські підприємства якого у 2015 р. виробили продукції у розмірі 836,7 млн. грн, останнє – 25 місце за обсягами валової продукції займає Гребінківський район – 202 млн. грн.

Динаміка індексів продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області за 2011-2015 рр. свідчить про те що відбувались значні коливання у обсягах виробництва як по області, так і по району (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка індексів продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах, відсотків до попереднього року

Найбільше зростання обсягів виробництва продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах Полтавської області було у 2012 р. проти 2011 р. – по області – на 44,6 %, по підприємствах Полтавського району – на 44,9 %. У 2013 р., у зв'язку з несприятливими погодними умовами відбулося різке зниження обсягів виробництва, за останні два роки – приріст.

Більш наочно зростання показника виробництва валової продукції проказує один з головних показників продуктивності праці – виробництво продукції сільського господарства на 1 особу у сільськогосподарських підприємствах (рис. 2). За період 2011-2015 рр. в сільськогосподарських підприємствах відбулося зростання показника продуктивності праці за обсягами валової продукції, по області – на 52,9 %, по Полтавському району – на 58,4 %. За розмірами валової продукції у розрахунку на 1 особу у 2015 р. сільськогосподарськими підприємствами Полтавської області вироблено 6718 грн, по Полтавському району на 19,6 % менше – 5400 грн.

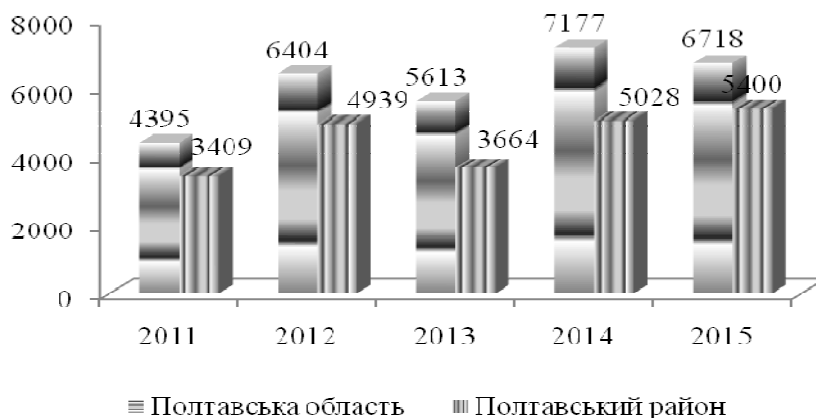


Рис. 2. Динаміка виробництва продукції сільського господарства на 1 особу у сільськогосподарських підприємствах у постійних цінах 2010 р., грн

Отже, прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції всіх форм інвестування. Він служить джерелом сплати податків. Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні. Тобто, прибуток є об'єктивною економічною категорією, тому на його формування впливають процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Полтавській області. Інтернет-видання [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.poltava.gov.ua>.
2. Юшко С.В. Категорії валового і чистого доходу; їх історія та майбутнє / С.В. Юшко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 40-44.

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Ніколаєнко О.О.

*здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»*

Науковий керівник –

Писаренко С.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Виробництво сільськогосподарської продукції здійснюється на основі органічної єдності таких чинників, як земля, трудові та матеріальні ресурси нематеріальні, фінансові ресурси. Недостатнє забезпечення підприємства бодай одним із вказаних ресурсів ускладнює процес його виробничої діяльності, гальмує досягнення конкурентоспроможного виробництва сільськогосподарської продукції.

Проблеми ефективного використання та відтворення ресурсного потенціалу в аграрному секторі досліджували І.Ф. Баланюк, В.А. Борисова, О.А. Бугуцький, Г.М. Підлісецький, П.Т. Саблук, М.М. Федоров, А.Г. Фонотов, В.Й. Шиян, В.В. Юрчишин та ін.

Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства.

До складу ресурсного потенціалу входять наступні складові:

1. Матеріальні ресурси – це ресурси в натурально-речовинній формі, які використовуються у виробничій (господарчій) діяльності підприємства. До їх складу входять основні фонди та частка обіжних фондів:

Основні фонди – це матеріально-речовинні цінності підприємства, які використовуються або призначені як засоби праці.

До основних фондів відносять будівлі, технічні споруди, обладнання, транспортні засоби та ін.

2. Нематеріальні ресурси – об'єкти промислової та інтелектуальної власності, здатні приносити користь тривалий час: гудвил, ноу-хау, база знань, база даних, патент, винахід та ін.

3. Трудові ресурси підприємства – кількість робітників, зайнятих на підприємстві, та тих, хто входить до його складу за основною та допоміжною діяльністю.

Своєчасна і високоякісна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації персоналу, що сприяє великому діапазону його теоретичних знань, практичних умінь і навичок є найважливішим фактором ефективної роботи підприємства.

4. Фінансові ресурси – сукупність грошових прибутків та надходжень, які знаходяться в розпорядженні підприємства для виконання фінансових обов'язків, здійснення витрат на відтворення підприємства та для стимулювання робітників.

Загальним для всіх видів ресурсів є питання про ефективність їх використання. Головне полягає в тому, що для оцінки ефективності того чи іншого виду ресурсів корисний результат діяльності підприємства порівнюється з витратами на отримання цього корисного результату. Якщо йдеться про матеріальні ресурси, то витрати – це середня вартість матеріальних витрат за період, який досліджується; якщо йдеться про трудові ресурси, то витрати – це фонд оплати праці та ін. Корисний результат від діяльності підприємства та одночасно від використання ресурсів називають ефектом. Основними двома показниками господарчої діяльності, які називають ефектом, є: перший – обсяг виручки від реалізації (товарообіг), другий – прибуток (доход).

Порівняння цих показників із розміром ресурсів, які використовуються, дає показник ефективності використання ресурсів.

Показники ефективності використання ресурсного потенціалу в цілому та його окремих складових частин широко використовуються для оцінки

ефективності функціонування будь-якого підприємства, ефективності його господарчої діяльності, ефективності комерційної діяльності та ін.

Проблема ресурсного забезпечення сільськогосподарських підприємств ускладнюється тим, що через ряд причин, серед яких економічна криза в АПК, нестабільність цінового механізму та фінансової політики держави, аграрний сектор не є інвестиційно привабливою сферою. Оновлення матеріально-технічної бази відбувається на незадовільному рівні. Як результат, зменшується можливість інтенсифікації виробництва, недотримуються строки виконання сільськогосподарських робіт, знижуються показники валового збору і відповідно рентабельність агроформувань.

З метою покращання ситуації доцільно створити машинно-технічні об'єднання, кооперативи з оптимально укомплектованим складом виробничих засобів, що дадуть змогу раціонально використовувати ресурси підприємства, а також забезпечать ефективне виробництво в цілому.

Список використаних джерел:

1. Гуткевич С. О. Управління економічними ресурсами підприємства.//Актуальні проблеми економіки 2009р №7. С.99-105.
 2. Волк І. Ф. Фінансові ресурси підприємства: економічна суть та ефективність управління.//Держава і регіони 2006р.№6. С 339- 344.
 3. Боровик В.В. Резерви підвищення ефективності використання ресурсів у сільськогосподарському виробництві за допомогою моделювання.// Актуальні проблеми економіки 2005р. №10. С. 41- 44.
-

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОПЛАТИ ПРАЦІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Онищенко Р.А.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Дячков Д. В., кандидат економічних наук**

Сучасна система оплати праці визначає результативність діяльності підприємства загалом і окремого працівника зокрема, при цьому, в кожній галузі залежно від рівня технологічності, кількості залученого персоналу, системи праці існують окремі вимоги до оплати праці та мотивації персоналу. Особливостями формування механізму оплати праці в сільському господарстві є сезонність роботи, диференційовані розцінки, висока плінність персоналу, відсутність договірних відносин з визначеною оплатою праці.

Під механізмом оплати праці слід розуміти чинний на підприємстві організаційно-економічний механізм взаємозв'язку між показниками, що характеризують міру (норму) праці й міру її оплати відповідно до фактично досягнутих результатів праці, тарифних умов оплати праці та погодженою між працівником і роботодавцем ціною послуг робочої сили [1]. Таким чином,

механізм оплати праці сільськогосподарських підприємств – це система, що призначена для перетворення руху трудового потенціалу підприємства в результаті його функціонування.

Формування механізму оплати праці сільськогосподарських підприємств являє собою процес створення, формалізації та коригування розвитку механізму оплати праці сільськогосподарських підприємств з урахуванням галузевих особливостей.

Підходи до формування механізму оплати праці повинні спиратися на чітку систему основоположних принципів, що відіграють роль тактичних і стратегічних напрямів організації оплати праці:

принцип оплати за витратами та результатами, який впливає з необхідності відшкодування витрат на відтворення робочої сили;

принцип підвищення рівня оплати праці на основі зростання ефективності діяльності, що впливає з закону неухильного зростання продуктивності праці та закону зростання потреб;

принцип випереджаючого зростання продуктивності праці щодо приросту середньої заробітної плати, що впливає з необхідності нагромадження коштів та розширення сфери впливу на ринку.

На основі даних принципів формується механізм організації заробітної плати, який складається з наступних елементів: ринкового регулювання; державного регулювання; колективно-договірного регулювання; механізму визначення індивідуальної заробітної плати безпосередньо на підприємстві з використанням таких елементів, як тарифна система або безтарифна модель, нормування праці, форми і системи оплати праці та преміювання [2].

Всі ці елементи мають своє призначення та тісно взаємопов'язані між собою. У механізмі регулювання заробітної плати вихідною базою є встановлення її мінімального розміру. Мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю. Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств усіх форм власності й господарювання.

Безпосередньо робота з організації заробітної плати на підприємстві полягає у виборі моделі формування заробітної плати (тарифної чи безтарифної), виборі форм і систем заробітної плати, розробці умов і правил преміювання. При цьому критерієм економічної ефективності організації заробітної плати повинно бути випереджаюче зростання доходу підприємства порівняно зі зростанням фонду заробітної плати. Основою організації оплати праці є тарифна система, що є сукупністю нормативних матеріалів, за допомогою яких встановлюється рівень заробітної плати працівників підприємства залежно від їхньої кваліфікації, складності робіт, умов праці [3]. Тарифна система оплати праці включає: тарифні сітки, тарифні ставки, надбавки і доплати до тарифних ставок, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики.

Підвищення рівня реальної заробітної плати та забезпечення стабільних темпів її зростання, а, отже, і підвищення купівельної спроможності населення, може бути досягнуто: суттєвим підвищенням номінальної заробітної плати; стримуванням зростання цін на споживчі товари та послуги; запровадженням ефективного механізму індексації заробітної плати з метою підтримання її купівельної спроможності, а також грошових доходів і збережень громадян.

Закономірністю при формуванні механізму регулювання оплати праці є поєднання колективного договірної регулювання заробітної плати на рівні підприємства з регулюванням її на вищих рівнях – галузевому, регіональному, національному та навіть міжнародному.

Список використаних джерел

1. Беленкова М. І. Застосування грейдової та інших прогресивних систем оплати праці на сільськогосподарських підприємствах / М. І. Беленкова, В. В. Глущенко // Облік і фінанси. – 2012. – № 3. – С.133-137.

2. Довжик О. О. Особливості оплати та стимулювання праці в сільськогосподарських підприємствах / О. О. Довжик // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 8. – С. 119-123.

3. Поліщук А. О. Аналіз сучасних методів тарифікації оплати праці в сільськогосподарських підприємствах / А. О. Поліщук // Вісник Житомирського національного агроєкологічного університету. – 2014. – № 1 – №2. – С. 128-140.

МАРКЕТИНГ ЯК ВАГОМИЙ АСПЕКТ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Орищенко Л.В.
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Хурдей В.Д., кандидат економічних наук, доцент

Виробнича діяльність підприємства має бути спрямована на досягнення максимальної ефективності при мінімальних матеріальних трудових витратах при плановому веденні господарства на основі господарського розрахунку.

Вона являє собою складний, багатосторонній предмет вивчення, що знаходиться в стані безперервної зміни і розвитку. Тому первісна оцінка роботи підприємства повинна ґрунтуватися на загальних підсумках виконання плану. Це відповідає характеру роботи госпрозрахункових підприємств, які самостійно оперують наданими їм коштами і відповідають перед державою за досягнуті результати. Варто зазначити, що складати плани потрібно враховуючи ситуацію яка склалася на ринку.

Для більшості підприємств основне джерело прибутку пов'язане з його виробничою діяльністю. Ефективність його використання залежить від знання кон'юнктури ринку та вміння адаптувати розвиток виробництва до по-

стійно мінливої кон'юнктури. Одним з не менш важливих аспектів є сегментація ринку, тому що важливо знати споживачів, їх потреби та купівельну спроможність.

Величина прибутку залежить від правильності вибору виробничого профілю підприємства з випуску продукції (вибір продуктів, що користуються стабільним або високим попитом), від створення конкурентоспроможних умов продажу своїх товарів і надання послуг (ціна, строки поставки, обслуговування покупців, після продажне обслуговування і т.д.), від обсягів виробництва (чим більше обсяг виробництва, тим більше маса прибутку), від зниження витрат виробництва [1].

Маркетинг – комплексна система організації виробництва та збуту, орієнтована задоволення потреб конкретних споживачів й одержання прибутку з урахуванням дослідження та прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, розробки стратегії і тактики поведінки ринку з допомогою маркетингових програм. У цих програмах закладено заходи щодо поліпшення товару та його асортименту, вивченню покупців, конкурентів і конкуренції, щодо забезпечення цінової політики, формування попиту, стимулювання збуту і комерційної реклами, оптимізація каналів товароруку організації збуту, організації технічного сервісу і асортименту наданих сервісних послуг [2].

Важливим етапом у виробничій діяльності підприємства є своєчасне закінчення виробництва конкретної моделі виробу і перехід на нову, більш досконалу модель або на принципово нові зразки продукції.

Саме завданнями маркетингу і є вибір товару, який виготовляється на ринку, визначення її споживчих властивостей, якісних параметрів виробництва, контролю над дотриманням діючих екологічних та медичних вимог, обґрунтування обсягів і строків виробництва, розрахунок необхідності залучення додаткових фінансових коштів із зазначенням джерел отримання, вимоги до упаковки продукції, розробка бізнес-плану для умов проведення комерційних операцій, і багато іншого.

При виборі шляхів збільшення прибутку орієнтуються в основному на внутрішні фактори, що впливають на величину прибутку. Збільшення прибутку підприємства може бути досягнуто за рахунок збільшення випуску продукції, поліпшення якості продукції; продажу зайвого устаткування та іншого майна, або здачі його в оренду, зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу, диверсифікації виробництва, розширення ринку продажу і т.д.

Отже, виробничо-комерційна діяльність підприємства полягає у виготовленні та реалізації продукції з метою отримання прибутку. Для того щоб підприємство ефективно функціонувало потрібно знати, що виготовляти, як виготовляти і де реалізовувати. Потрібно знати споживачів та їх купівельну спроможність, ринок з його можливостями та перспективами. Маркетингова служба на підприємстві і займається дослідженням вищезазначених питань.

Список використаних джерел

1. Тоцький В.І., Організаційний розвиток підприємства: Навч. посіб. / Тоцький В.І. – К.: КНЕУ, 2015. – 247 с.
 2. Ткаченко В.В. (Кривещенко В.В.) Сегментування ринку і вибір збутових стратегій. //Маркетинг: теорія і практика. Матеріали УІ міжнародної науково-практичної конференції. К.КНЕУ:2002 р. – с.102-103.
 3. Старостіна А. Маркетинг: Навчальний посібник/ Алла Старостіна, Дмитро Черваньов, Олександр Зозульов,. - К.: Знання-Прес, 2002. – 192 с.
-

ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ЗЕРНА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

**Орловський О.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Помаз Ю.В., кандидат історичних наук, доцент**

Україна має унікальні умови для розвитку зерновиробництва, оскільки саме зерновий сектор є основою для більшості галузей агропромислового комплексу та істотно впливає на добробут сільського населення і розвиток сільських територій. Зернова галузь є однією з найважливіших у складі АПК України, продукти переробки цієї галузі мають стратегічне значення для країни.

Зерновий ринок являє собою систему товарно-грошових відносин, що виникають між його суб'єктами в процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна й визначення цін, а також державного контролю за його якістю та зберіганням. Суб'єктами ринку зерна є товаровиробники зерна, підприємства по зберіганню зерна, суб'єкти заставних закупок зерна та проведення інтервенційних операцій, акредитовані біржі та інші.

В цілому зерновий комплекс є основою для розвитку внутрішнього ринку зерна, хлібобулочної, борошно-круп'яної промисловості, спиртової, кондитерської, комбікормової, виробництва біоетанолу та інших галузей.

Згідно з розробленою Міністерством аграрної політики і продовольства України та НААН України програми розвитку галузі зерновиробництва посівні площі зернових культур в Україні мають становити близько 16 млн га, у тому числі, озимої пшениці – не менш ніж 6,0 млн га, озимого ячменю – 1,2 млн га, озимого жита – 0,3 млн га, кукурудзи – 4,0 млн га, ярого ячменю – 2,2 млн га. Площі посіву проса і сорго – 0,5 млн га, гречки – 0,3 млн га. Виробництво зерна на цих площах за середньої урожайності 43-45 ц/га становило у 2016 р. близько 71 млн т.

Основними споживачами зерна у світі є країни Африки і Близького Сходу – 25 % від глобального споживання зерна, США – 17,8, Китай – 17,2, Індія – 6,4 % [1, с. 146].

Виробництво зерна – провідна галузь сільського господарства України. Зернові культури займають понад 14 млн га або 56 % у структурі посівних площ. Наявний потенціал та географічне розташування дає змогу формувати експортні партії зернових культур та здійснювати активну зовнішньоекономічну діяльність. Зерно експортується, переважно, в країни Азії – 53 % (у т. ч. пшениця – 8,6 %, кукурудза – 33,2 % і ячмінь – 84,3 %), Африки – 22 % (у т. ч. пшениця – 27 %, кукурудза – 31,1 % і ячмінь – 9,4 %) і Європи – 20 % (у т. ч. пшениця – 31 %, кукурудза – 19,9 % і ячмінь – 5,2 %).

Для України зернова галузь є однією з найважливіших складових агропромислового комплексу, а зерно й продукти його переробки мають для країни стратегічне значення, зокрема, хлібопродукти задовольняють близько 40 % потреб у харчуванні населення України.

Сучасний ринок зерна характеризується відсутністю паритетного ринку збуту, нестабільністю і непрогнозованістю аграрної політики, штучним стримуванням цін на зерно в умовах зростання цін на добрива, паливо, засоби захисту рослин тощо. Тому за умови відсутності торговельних обмежень сприятливі ціни на зерно стимулюватимуть збільшення обсягів його виробництва, яке необхідне як для експорту, так і для задоволення всіх внутрішніх потреб країн [2, с. 35].

В українській економіці є значний потенціал як у виробництві зерна, хлібопродуктів, кормів, так і взагалі в аграрному секторі. Проте, щоб розкрити цей потенціал, потрібно створити законодавчо-нормативну базу, яка відповідає міжнародним актам та нормам, інституції, які б забезпечували конкурентоздатність галузі в ринковому середовищі; механізм упровадження новітніх технологій та інвестицій.

Основним пріоритетом розвитку зернового ринку є його насичення великою кількістю якісного та недорогого зерна. Вирішення проблеми наповнення ринку зерном передбачає виконання великої кількості заходів, спрямованих на оптимізацію усіх сфер діяльності агропромислового комплексу (АПК). Комплексне вирішення поставленого завдання досягається за рахунок розвитку інноваційно-інвестиційної сфери, її найповнішого використання, а також за рахунок формування ефективних інтегрованих утворень у межах зернового ринку.

Реалізація вищевказаних заходів дозволить Україні успішно конкурувати на зовнішньому ринку зерна, хлібопродуктів та кормів.

Список використаних джерел

1. Лавринчук О. В. Перспективи розвитку ринку зерна країни / О. В. Лавринчук/ Облік і фінанси АПК. – 2016. – № 3. – С. 144-152.
 2. Лузан Ю. Я. Збалансованість попиту та пропозицій на продовольчому ринку України / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 27-36.
-

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

*Пасюра К.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент*

У ринковій економіці вирішальним чинником комерційного успіху товару є конкурентоспроможність. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, а й за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, терміни поставки, канали збуту, сервіс, реклама). Більше того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за період його експлуатації.

Конкурентоспроможність товару є головною умовою конкурентоспроможності підприємств на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю товару мають на увазі:

1. Властивість (сукупність властивостей) товару та його сервісу, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічними товарами, представленими на цьому ринку;
2. Характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення;
3. Спроможність товару відповідати вимогам даного ринку у період, що аналізується;
4. Здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників) [48, с.164].

Конкурентоспроможна продукція повинна характеризуватися конкурентними перевагами, які поділяються на два основних види: найнижчі витрати; диференціація товарів.

Конкурентна перевага у вигляді найнижчих витрат відображає здатність підприємства розробляти, випускати і продавати товар з мінімальними витратами порівняно з конкурентами.

Диференціація товарів визначає здатність підприємства забезпечити покупця унікальною цінністю у вигляді продукції нової якості, особливих споживчих властивостей чи післяпродажного обслуговування.

Конкурентоспроможність продукції (послуги) залежить від низки чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку:

- техніко-економічних чинників, які залежать від продуктивності і інте-

нсивності праці, витрат виробництва, наукоємності продукції — якість, продажна ціна і витрати на експлуатацію (використання) або споживання продукції (послуги);

– комерційних чинників, які визначають умови реалізації товарів на конкретному ринку – кон'юнктура ринку (гострота конкуренції, співвідношення між попитом і пропозицією даного товару, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування платоспроможного попиту на дану продукцію або послугу.); сервіс, що надається (якість технічного обслуговування, ремонту і інших послуг, що надаються); реклама (наявність і дієвість реклами і інших засобів дії на споживача з метою формування попиту); імідж підприємства (популярність торгової марки, репутація фірми, компанії, країни);

–нормативно-правових чинників, які відображають вимоги технічної, екологічної і морально-етичної безпеки використання товару на даному ринку, патентно-правові вимоги (патентна чистота і патентний захист); у разі невідповідності товару діючим нормам і вимогам стандартів і законодавства він не може бути проданий на даному ринку [2, с. 164].

За значної кількості чинників конкурентоспроможності товару на ринку, пріоритетну роль відіграють такі :

–корисність для потенційного покупця (споживча вартість або здатність задовольнити вимоги, що пред'являються до даного типу і виду товару з боку споживача);

–ціна товару (при рівній корисності покупець віддасть перевагу дешевшому товару, але може придбати і дорожчий товар, якщо він виявиться для нього кориснішим; виняток — престижні або статусні товари, придбання яких необхідне для підтримки певного соціального статусу покупця);

–інноваційність продукції (введення важливої для покупця новизни у товар, що робить його оригінальним (ексклюзивним) [1, с. 37].

Отже, конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних характеристик якого визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути обмінним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів. Продукт у процесі відтворення проходить чотири стадії: виробничу, розподілу, обміну і споживання.

Список використаних джерел

1. Ларіна Я.С. Основи бізнесу : [навчальний посібник] / Я.С. Ларіна, С. В. Мочерний, В.М. Фомішина. – К. : Альма-матер, 2010. – 384 с.
 2. Оберемчук В.Ф. Стратегічний процес на підприємстві : [навч. посібник] / В.Ф. Оберемчук, О.В. Востряков, О.М. Гребешкова. – К. : КНЕУ, 2010. – 313 с.
-

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

*Петренко А. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Махмудов Х. З., доктор економічних наук, професор*

З метою адаптації до умов зовнішнього середовища та побудови ефективної системи управління, більшість вітчизняних підприємств поступово намагаються зробити кроки щодо зміни стратегії у відповідності до нової філософії світового господарства. В даному контексті важливе місце в системі управління підприємством займає маркетинговий менеджмент як окрема філософія функціонування вітчизняних підприємств. Формування та використання сучасних механізмів маркетингу на засадах інтеграції з менеджментом має важливе теоретичне та практичне значення для вирішення низки проблем ефективного господарювання.

Одну з вагомих ролей у функціонуванні підприємства відіграє маркетинг в зв'язку з його впливом, в першу чергу, на показники фінансово-економічної діяльності, але з еволюцією наукової думки, постійним посилення конкуренції в глобальному масштабі змінюється також і підходи до розуміння маркетингу як науки взагалі, що призводить до виокремлення його як окремої ланки, яка стає основою щодо ефективності функціонування фірми. В зв'язку з виокремленням маркетингу як окремої ланки в системі управління підприємством поступово підводить до того, що він стає самостійним об'єктом управління та однією із концепцій за допомогою якої будується вся діяльність емітенту. Тобто відбувається інтеграція маркетингу і менеджменту, де виникає нове поняття маркетинговий менеджмент як концепція управління фірмою. Розуміння сутності маркетингового менеджменту потребує проведення теоретико-методологічного аналізу за допомогою якого можна зробити певні висновки щодо твердження даного поняття, визначення його місця й ролі в управлінні підприємством [2].

У табл. 1 наведено визначення поняття «маркетинговий менеджмент» з погляду різних авторів.

Таблиця 1

Узагальнення визначення поняття «маркетингового менеджменту»

Автор	Сутність поняття «маркетингового менеджменту»
1	2
Котлер Ф., Келлер К. Л. [3, с. 65]	«marketing management» – процес планування і реалізації концепцій ціноутворення, просування й розподілу ідей, товарів і послуг, спрямований на здійснення обмінів, які задовольняють як індивідуальні, так і організаційні цілі
Друкер П. [1, с. 65]	концепція управління фірмою, в центрі якої перебуває покупець, клієнт з його потребами та запитамі, і вся фірма, її відділення, ланки і ділянки націлені на те, щоб якнайкраще ці потреби задовольнити

1	2
Балабанова Л. В. [5, с. 75]	поняття маркетингового менеджменту більш широке, ніж управління маркетингом. Якщо останнє являє собою одну із загальних функцій менеджменту, то маркетинговий менеджмент – це управління всіма функціями, всіма структурними підрозділами на основі маркетингу
Біловодська О. А. [6, с. 38]	зміна подоби мислення – прийняття всіх управлінських рішень з урахуванням вимог ринку, постійна здатність до змін вимог ринку, тобто це не тільки орієнтація підприємства на внутрішні можливості, це – врахування зовнішніх умов
Белявцев М. І., Воробйова В. Н. [4, с. 105]	цілеспрямована координація і формування всіх заходів фірми, пов'язаних з ринковою діяльністю на рівні підприємства, на рівні ринку і суспільства в цілому, і котрі базуються на принципах маркетингу
Войчак А. В. [7, с. 35]	аналіз, планування, втілення в життя та контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримку взаємовигідних обмінів із цільовим ринком для досягнення конкретної мети підприємства (отримання прибутку, зростання обсягів збуту, збільшення частки ринку, проникнення на ринок тощо). При цьому система таких заходів містить маркетингову політику стосовно продукту підприємства, ціноутворення, комунікацій та розподілення
Росоха В. В. [8, с. 110]	це систематичний цілеспрямований вплив на маркетингову діяльність через планування, організацію, мотивацію і контроль для досягнення маркетингових цілей підприємства
Іванова Р. Х. [9, с. 52]	цілеспрямована діяльність підприємства щодо регулювання своєї позиції на ринку за допомогою планування, організації, обліку, контролю виконання кожного етапу поведінки підприємства з урахуванням впливу закономірностей розвитку ринку та конкурентної середовища для досягнення прибутковості та ефективності діяльності

Теоретичний аналіз поняття «маркетингового менеджменту» дає змогу узагальнити підходи та зробити висновок про те, що в основному як в зарубіжній літературі, так і у вітчизняній літературі запропоновано розглядати зазначений термін з позиції управління всіма ланками, підрозділами, відділами підприємства на засадах маркетингу. Такий висновок підтверджується твердженням Біловодською М. М., яка також доводить це у своїх наукових працях «...Мова йде про управління всією діяльністю компанії на принципах маркетингу – про використання маркетингу як філософії управління, коли всі підрозділи компанії планують і оцінюють свою діяльність з позицій маркетингу. Тобто маркетинговий менеджмент розглядають як управління всіма функціями підприємства (загальними та окремими), всіма структурними підрозділами на основі маркетингу. Маркетинговий менеджмент має місце тоді, коли управління організацією, побудоване на принципах маркетингу, тобто коли в центр організації поміщено покупця (споживача) і система маркетингу і менеджменту об'єднує всі зусилля для того, щоб якнайкращим чином задовольнити потреби і попит сторін, які беруть участь в обміні...» [6, с. 39].

Таким чином, маркетинговий менеджмент є складовою частиною в системі управління підприємством, за допомогою якого формується філософська парадигма менеджменту.

Список використаних джерел

1. Друкер П. Ф. *Энциклопедия менеджмента* : пер. с англ. / П. Ф. Друкер. – М. : Издательский дом Вильямс, 2004. – 432 с.
2. Калмикова Н. М. *Маркетинговый менеджмент в системе управления предприятием* / Н. М. Калмикова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ea.donntu.org:8080/bitstream>.
3. Котлер Ф. *Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд.* / Ф. Котлер, К. Л. Келлер // Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. – СПб. : Питер, 2012. – 480 с.
4. *Маркетинговый менеджмент : навч. посібник* / Під заг. ред. М. І. Белявцева та В. Н. Воробйова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 407 с.
5. Балабанова Л. В. *Маркетинговый менеджмент : навч. посібник* / Л. В. Балабанова – 2-е вид., переробл. і доп. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. – 290 с.
6. Біловодська О. А. *Маркетинговый менеджмент : навчальний посібник* / О. А. Біловодська. – К. : Знання, 2010. – 332 с.
7. Войчак А. В. *Маркетинговый менеджмент : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.* / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2000. – 100 с.
8. Россоха В. В. *Маркетинговый менеджмент в системе управления предприятием* / В. В. Россоха // *Агроінком*. – 2012. – № 10-12. – С. 108-112.
9. Иванова Р. Х. *Маркетинговый менеджмент* / Р. Х. Иванова. – Х. : «ИНЖЭК», 2007. – 120 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Петріченко А.О.
здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту

Науковий керівник –
Загребельна І.Л., кандидат економічних наук, старший викладач

Досягнення підприємством переконливого, сталого рівня конкурентоспроможності є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує здатність підприємства вчасно та ефективно адаптуватися до умов зовнішнього ринкового середовища, що швидко змінюються, протистояти кризовим явищам в економіці, виживати та розвиватися навіть за несприятливих макроекономічних умов.

Конкурентоспроможність підприємства відображає здатність його утримувати свою позицію на ринку відповідної продукції, забезпечуючи тим самим можливість здійснення ефективного виробничого процесу даної продукції, рівень ефективності якого одночасно сприяє формуванню необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств має характерні особливості пов'язані із:

- а) специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності;
- б) значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників;

в) значною кількістю та різноманітністю виробників (підприємств).

У такій ситуації для кожного виробника стають необхідними аналіз його конкурентоспроможності та розробка дієвих засобів щодо її підвищення.

Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств є ефективне використання ресурсів, кваліфікацій персоналу, досягнень сучасного менеджменту, інноваційних, фінансових та інформаційних можливостей підприємства. Також необхідно звернути увагу на фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства [1, с. 44].

Узагальнено їх можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх факторів конкурентоспроможності належать: кваліфікованість та ефективність використання персоналу підприємства; рівень матеріально-технічного забезпечення, ефективна підприємницька стратегія, організація виробництва, програмне забезпечення, технологія виробництва, точна та достовірна інформація, основні та допоміжні матеріали, а також устаткування.

Велику роль у формуванні конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств відіграють такі зовнішні фактори: а) природно-кліматичні умови, здатність деяких видів продукції швидко псуватися, випадкові події; б) винаходи, технологічний прорив; в) кон'юнктура ринку, конкурентне середовище; г) нормативно-правові та патентні вимоги й стандарти тощо. Частина цих факторів підпадає під регулятивний вплив держави, роль якого у сучасних умовах кризи та природно-техногенної нестабільності посилюється [3, с. 114]. Сукупність впливу всіх факторів віддзеркалюють такі показники, в основу яких покладено витрати виробництва (ціна, рівень рентабельності), міру насичення даним видом продукції (обсяг виробництва і реалізації продукції, рівень товарності), рівень купівельної спроможності споживачів (рівень життя людини, доходи громадян). При цьому важливою конкурентною перевагою товарів сільського господарства є їхня мінімальна собівартість, яка дає можливість призначати нижчі реалізаційні ціни.

Досягти підвищення ефективності сільського господарства можна завдяки створенню оптимальних за розмірами виробництв, які б забезпечували вищий рівень продуктивності праці та нижчу собівартість продукції порівняно з невеликим рівнем виробництва. Наприклад, оптимальні розміри сільськогосподарських підприємств на рівні від 3 тис. га сільськогосподарських угідь і до 5-6 тис. га; вирощування зернових культур – понад 2 тис. га. Досягти оптимального розміру землекористування можна на основі кооперації та оренди землі, земельних часток (паїв). Виробничі параметри забезпечують внутрішню конкурентоспроможність підприємства та його продукції, яка реалізується на ринку, забезпечуючи тим самим зв'язок із зовнішнім середовищем. Цей зв'язок зворотній, адже параметри реалізації продукції визначають внутрішні фінансові результати діяльності сільськогосподарського підприємства.

Отже, проблема конкурентоспроможності на сьогоднішній день має складний багатоелементний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного і соціального життя у будь-якій

країні. Розглянувши деякі складові конкурентоспроможності підприємства, можна зазначити, що: існує безліч факторів, які впливають на конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства і кожен з них здійснює свій вплив по різному; вплив зовнішніх і внутрішніх факторів не забезпечує високу конкурентоспроможність вітчизняних сільськогосподарських підприємств, тож необхідне комплексне вивчення кожного із них з метою виявлення сильних і слабких сторін окремого підприємства у кожному конкретному випадку.

Список використаних джерел

1. Гончаров В. Факторы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса / В. Гончаров // Проблемы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса РФ и факторы ее повышения / Сб. науч. трудов ВИАПИ им. А.А.Никонова. – М.: ВИАПИ им. А.А.Никонова, 2008. – Вып.21. – С. 43-47.

2. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.

3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

*Радченко Н. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор

Показник собівартості важливий з багатьох причин, в тому числі з точки зору визначення рентабельності окремих видів продукції і підприємства в цілому, здійснення внутрішньовиробничого планування, формування цін. Важливим моментом у вивченні собівартості продукції є розгляд факторів, які впливають її рівень. Від цього залежить прийняття рішень щодо знаходження шляхів покращення результативності діяльності підприємства, у тому числі економії трудових, матеріальних та фінансових ресурсів.

Костецька Н. І. вважає, що зниження собівартості продукції є одним з найважливіших напрямків підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції і підприємства. Чим менше величина собівартості продукції, тим більше можливостей у підприємства за рахунок зниження цін стимулювати попит та підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, збільшувати прибуток [2].

Голишова І. С. виділяє такі фактори зниження собівартості підприємства:

- підвищення технологічного рівня виробництва (удосконалення техніки, технології, механізації, використання нових видів сировини);
- удосконалення організації виробництва та праці (розвиток спеціаліза-

ції виробництва, удосконалення організації праці);

– зміна структури та обсягу продукції (відносно зменшення умовно-постійних витрат, зміна структури випуску продукції);

– галузеві та інші фактори [1, с. 116].

У певні періоди часу (при стабільній кон'юнктурі ринку) зниження собівартості в більшій мірі залежить від внутрішньогосподарських факторів (продуктивності праці, підвищення врожайності сільськогосподарських культур і продуктивності тварин, скорочення витрат при збиранні урожаю, зберіганні, транспортуванні та на інших ділянках виробництва, ефективнішого використання машинно-тракторного парку і. т. д.). Проте на собівартість впливають і інші фактори – інфляція, зростання тарифів і цін на сировину, пальне та ін. Розглянемо вплив приведених виробничих витрат та урожайності на зміну собівартості у ПАФ «Петрівка» (табл.).

Таблиця

**Вплив факторів на собівартість продукції рослинництва
у ПАФ «Петрівка» 2014 р. та 2016 р.**

Види продукції	Виробничі витрати 1 га, грн.		Урожайність, ц/га		Собівартість 1 ц, грн			Зміна (+;-) собівартості 1 ц, грн		
	2014 р.	2016 р.	2014 р.	2016 р.	2014 р.	умовний	2016 р.	загальна	у т.ч. за рахунок	
									виробничих витрат 1 га	урожайності
Пшениця озима	6332,7	11510,0	32,3	41,3	196,1	356,3	278,7	82,6	160,3	-77,7
Кукурудза на зерно	8601,2	14868,1	53,7	83,1	160,2	276,9	178,9	18,7	116,7	-98,0
Соняшник	9136,1	17671,1	29,5	34,1	309,7	599,0	518,2	208,5	289,3	-80,8
Соя	7154,1	15581,1	9,9	30,4	722,6	1573,8	512,5	-210,1	851,2	-1061,3
Картопля	126050	201100,0	132,5	77,0	951,3	1517,7	2611,7	1660,4	566,4	1094,0
Овочі відкритого ґрунту	226900	241930,33	555	291,3	408,8	435,9	830,5	421,7	27,1	394,6

Аналіз даних табл. свідчить, що протягом досліджуваного періоду собівартість озимої пшениці зросла на 82,60 грн/ц, в тому числі за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 га собівартість зросла на 160,3 грн/ц, а за рахунок збільшення урожайності собівартість зменшилася на 77,70 грн/ц.

Собівартість кукурудзи на зерно та соняшнику збільшилася на 18,70 грн/ц та на 208,70 грн/ц відповідно, в тому числі за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 га собівартість кукурудзи на зерно зросла на 116,70 грн/ц, соняшнику – 289,30 грн/ц, а за рахунок збільшення урожайності собівартість кукурудзи на зерно зменшилася на 98,0 грн/ц, соняшнику – 80,80 грн/ц. Собівартість сої зменшилася на 210,10 грн/ц, в чому числі за рахунок

збільшення виробничих витрат на 1 га собівартість сої зросла на 851,20 грн/ц, за рахунок збільшення урожайності собівартість сої зменшилася на 1061,30 грн/ц.

Найбільш витратними видами сільськогосподарської продукції є картопля та овочі відкритого ґрунту. Так, їх собівартість зросла на 1660,40 грн/ц та 421,70 грн/ц відповідно, в тому числі за рахунок збільшення виробничих витрат на 1 га собівартість картоплі зросла на 566,40 грн/ц, овочів відкритого ґрунту – 27,10 грн/ц, а за рахунок збільшення урожайності собівартість картоплі збільшилася на 1094,0 грн/ц, овочів відкритого ґрунту – 394,60 грн/ц. Отже, ефект масштабування виробництва дозволяє знизити витрати на одиницю одержаної продукції.

Отже, в результаті проведеного аналізу можна сказати, що собівартість продукції на підприємстві залежить від великої кількості різноманітних факторів, а саме від: спеціалізації виробництва, продуктивності праці, асортименту продукції та її якості, а також обсягу виробництва. Собівартість продукції відображає переважну частину вартості продукції і є залежною від зміни виробничих витрат та умов реалізації продукції.

Список використаних джерел

1. Голишова І. С. Резерви зниження собівартості продукції [Електронний ресурс] / І. С. Голишова. – Режим доступу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/Texnichnij_progres_ta_efektivnist_virobnictva/2012/6/17Golish.pdf

2. Костецька Н. І. Факторний підхід до формування стратегії зниження витрат підприємства / Н. І. Костецька // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 1(30). – С. 159-166

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

**Редька О. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Калініченко А. В., доктор сільськогосподарських наук, професор**

Проблема інформаційного забезпечення економічної безпеки як необхідної умови надійного функціонування аграрних підприємств, є малодослідженою. Це зумовлено тим, що в сучасних економічних умовах і за відсутності відповідної підтримки з боку держави підприємствам дуже важко підтримувати прибутковість. Питання інформаційного забезпечення економічної безпеки часто нехтується через недостатню кількість фінансових ресурсів. Але його актуальність не знижується.

Найважливіше завдання інформаційного дослідження – це створення інформаційної системи, що дозволяє швидко і оптимально проводити обробку, фільтрацію та ущільнення інформації; правильно направляти її в задано-

му обсязі в необхідний пункт і час; однозначно визначати джерела інформації і права користувачів на кожному рівні [5, с. 133].

Розробка системи маркетингової інформації включає три етапи:

- розроблення методології збору інформації про об'єкт чи процес дослідження;

- створення масиву вхідної інформації;

- обробка даних, відповідно до мети дослідження.

Інформаційна система підприємства як модель бізнесу існує в двох формах. При формуванні та верифікації краще змодельовати її у вигляді схем і словесних описів, а при практичному застосуванні – у вигляді семантично рівноправного комплексу програмних модулів. Тотожність обох форм гарантує використання інструментів моделювання, які дозволяють, спираючись на перевірені методології побудови моделей, відобразити логіку завдання у графічному вигляді і отримати на виході готові схеми бази даних і програмний код, що відповідає моделі. Розбіжності у відображенні моделі недопустимі ні при створенні інформаційної системи, ні при внесенні до неї змін. Тому необхідно, щоб інструмент моделювання був єдиним [3, с. 68].

Створення інформаційного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства повинне вирішуватися комплексно, з урахуванням наступних аспектів:

- організаційного (принципи організації інформаційної системи і взаємодії її елементів);

- технологічного (методи обробки інформації і технологія реалізації цих методів);

- технічного (можливості обчислювальних засобів і організаційної техніки)

Від об'єктивності визначення інформаційної потреби повністю залежать формування автоматизованого робочого місця, технологічний процес трансформації інформації, формування кінцевого масиву, методи і строки використання, проектування математичного і програмного забезпечення кожного автоматизованого робочого місця та інформаційного забезпечення в цілому [1, с. 205].

Процес проектування інформаційної системи можна здійснювати в три етапи. На першому етапі необхідно досліджувати процеси утворення первинних даних, описати характеристики їх руху, сформулювати кількісні оцінки потоків проходження документів, визначити можливості автоматизації процесів реєстрації, збору і передачі даних. Мета цього етапу – виділити достатні сукупності первинних даних, необхідних для реалізації завдання управління економічною ефективністю підприємства.

На другому етапі проектуються технологічні процеси перетворення даних на основі бази даних і повідомлень базового рівня, розробляються алгоритми розв'язання завдань оцінки і прогнозування економічної безпеки підприємства, раціонального розподілу засобів, що спрямовуються на її підвищення, формуються відповідні бази даних, визначаються режими

надання інформації користувачам. Зазначений етап характеризує процедурний рівень інформаційної системи, який безпосередньо пов'язаний з базовим рівнем і комплексом технічних засобів.

На третьому етапі розглядаються методи надання результатів перетворених даних у функціональні підрозділи підприємства, і досліджується можливість задоволення потреб користувачів всіх рівнів наступною інформацією – оцінка рівня економічної безпеки підприємства; оптимальний розподіл засобів підприємства; визначення комплексу організаційно-економічних заходів і підготовка управлінських рішень з управління економічною безпекою з метою її поліпшення [2, с. 180].

Одержання аграрними підприємствами конкурентних переваг багато в чому залежить від ефективності створеної суб'єктами господарювання інформаційної системи, що забезпечує оцінку, аналіз і прогнозування економічного стану підприємства та дозволяє оперативно отримувати якісно нову інформацію, що характеризує реальний стан підприємства і його конкурентів в умовах зміни ринкових відносин.

Інформаційна база економічної безпеки, що існує в підприємствах, становить систему показників, вірогідність, періодичність поновлення, повнота й автоматизація якої забезпечує якість прийнятих управлінських рішень (рис. 1).

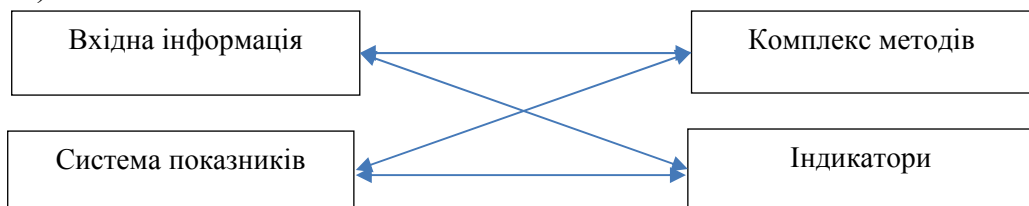


Рис. 1. Взаємозв'язок та взаємообумовленість складових інформаційного забезпечення економічної безпеки підприємства [6, с. 150]

Від правильної ідентифікації загроз підприємству, від об'єктивного вибору системи індикаторів, залежить ступінь адекватності оцінки економічної безпеки підприємства реально існуючої у виробництві. Як наслідок, від цього залежить вибір комплексу заходів щодо попередження та нівелювання небезпеки, відповідних масштабів та характеру загроз.

Інформація застаріває дуже швидко. Актуалізувати її – це недешево і складне завдання. Вирішувати його під силу лише тим підприємствам, які створюють інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки та розглядають його не просто як доповнення до охоронних послуг, але як окремий напрямок свого бізнесу. Тому, більшість приватних служб безпеки мають досить стає коло клієнтів. Відповідно, інформаційно-аналітичні можливості розраховані на забезпечення саме їх потреб. Підприємствам, що не мають інформації про технології та методи інформаційно-аналітичного забезпечення складно орієнтуватись в економічному середовищі. Тому, у сучасному бізнесі спостерігається тенденція до переорієнтації функцій служб безпеки із суто охоронно-детективних в інформаційно-аналітичні.

Таким чином, аналітичне забезпечення економічної безпеки аграрних підприємств стало одним із важливіших напрямів діяльності як служб безпеки суб'єктів зокрема, так і підприємств в цілому.

Список використаних джерел

1. Азарова А. О. Інформатика та комп'ютерна техніка : навч. посіб. / А. О. Азарова, А. В. Поплавський; Вінниц. нац. техн. унт. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – Ч. 1. – 2012. – 360 с.
2. Горлач А.С. Інформаційно аналітичне забезпечення управління діяльністю підприємства / А.С. Горлач // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Економіка. – 2013. – Вип. 1. – С. 179-184.
3. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / Л. І. Федулова; ред. Л. І. Федулова; НАН України, Инт. екон. прогнозування. – К. : Основа, 2005. – 550 с.
4. Інформаційні системи в економіці : навч. посіб. / [Пономаренко В. С. та ін.]; Харк. нац. екон. унт. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 175 с.
5. Костенко О. М. Індикатори інформаційно аналітичної системи управління діяльністю підприємства / О. М. Костенко // Облік і фінанси. – 2014. – № 4. – С. 133-139.
6. Погорелова Т. П. Інформаційне забезпечення фінансової безпеки підприємства / Т. П. Погорелова, І. П. Абоян // Ефективна економіка. – 2012. – № 2. – С. 148-153.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

***Риженко Н. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –***

Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор

Постійні зміни у конкурентному середовищі аграрного ринку обумовлює необхідність постійного пошуку способів забезпечення ефективності діяльності підприємств, особливо сільськогосподарських, які мають вищі ризики діяльності та постійно функціонують в умовах невизначеності.

Особливе значення в зв'язку з цим набуває організація ефективної виробничо-комерційної діяльності підприємства. Дослідження критеріїв, що забезпечують ефективність виробничо-комерційної діяльності підприємства, має постійну актуальність.

Виробничо-комерційну діяльність можна представити як діяльність підприємства, спрямовану на виявлення і задоволення потреб споживачів у його продукції (послугах) через продаж її на ринку з метою одержання прибутку [1].

Ефективність є складною економічною категорією, яка охоплює різні рівні господарювання і знаходиться відповідно під впливом багатьох як внутрішніх, так і зовнішніх факторів: економічних, правових, соціальних тощо. Для визначення ефективності діяльності підприємства, використання різних ресурсів, виробництва, торгівлі використовується низка показників.

Мета підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності полягає в тому, щоб досягти на кожну одиницю ресурсів (витрат) – трудових, матеріальних і фінансових – максимально можливого виходу продукції, доходу [2, с. 275].

Ефективність виробничо-комерційної діяльності агрофірми залежить від багатьох чинників і умов: структури капіталу, обсягів реалізованої продукції, продуктивності праці технології, умов кредитування, мінімальної оплати праці тощо (табл.).

Аналіз даних табл. свідчить про те, що виробничо-комерційна діяльність в ПАФ «Петрівка» мала позитивну динаміку. Виробництво валової продукції в 2016 р. порівняно з 2012 р. в ПАФ «Петрівка» збільшилося на 6240,1 тис. грн (51,6 %). Чистий прибуток в 2012 р. складав 3683 тис. грн, а у 2016 р. прибуток зріс до 12948 тис. грн. (особливо у 2015-2016 рр.) значний прибуток.

Таблиця

**Результати виробничо-комерційної діяльності у ПАФ «Петрівка»,
2012-2016 рр.**

Показники	Роки					2015 р. до 2013 р.	
	2012	2013	2014	2015	2016	абсолютне відхилення (+;-)	відносне відхилення, %
Виробництво валової продукції (у постійних цінах 2010 р.), тис. грн	12091,3	14956,7	12969,8	17197,9	18331,4	6240,1	51,6
у т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь	489,7	605,5	525,3	740,7	831,4	341,7	69,8
на 1 середньорічного працівника	118,5	182,4	182,7	209,7	208,3	89,8	75,8
Виручка від реалізації продукції, тис. грн	18209	15211	17775	36902	48444,0	30235,0	166,0
Чистий прибуток (збиток), тис. грн	3683	-3192	2514	10364	12948,0	9265,0	x
Коефіцієнт автономії	0,93	0,86	0,80	0,81	0,81	-0,1	x
Загальний коефіцієнт ліквідності	22,8	7,9	23	18,8	18,8	-4,0	x
Рівень рентабельності (збитковості), %	26,2	-19,1	17	38,3	152,7	126,5	x
Норма прибутку (збитку), %	17,9	-15,9	12,3	36	138,3	120,4	x

Негативним для підприємства виявилось зменшення коефіцієнта автономії на 0,12 (12,9 %), це свідчить про те, що підприємство для здійснення виробничо-комерційної діяльності потребує залучення зовнішніх фінансових ресурсів із банківських джерел. В ПАФ «Петрівка» збільшився коефіцієнт ліквідності, це є позитивним явищем і свідчить про високу платоспроможність

підприємства, а також здатність підприємства розраховуватись за своїми зобов'язаннями. У 2016 р. рівень рентабельності становив 152,7 % в порівнянні з 2012 р. він зріс на 126,5 відсоткові пункти, в якому рівень рентабельності становив 26,2 %.

Чільне місце в заходах з підвищення ефективності виробничої діяльності посідає поліпшення якості продукції та її збереження. За рахунок підвищення якості продукції, зниження втрат при збиранні, транспортуванні й зберіганні можна підвищити рівень її реалізації та збільшити обсяг грошових надходжень на 25-30% [3].

Таким чином, основними шляхами підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства можуть бути: як внутрішні (забезпечення ефективної системи набору, мотивації, навчання кадрів), так і зовнішні (покращення державної економічної та соціальної політики; забезпечення достатнього розвитку виробничо-господарської інфраструктури). Лише враховуючи вплив усіх чинників можна розробити дієві заходи щодо підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Григор'єва О. В. Забезпечення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Григор'єва, В. С. Поросюк // Наукове товариство Івана Кушніра. Режим доступу: nauka.kushnir.mk.ua/?p=71673

2. Уткіна Ю. М. Чинники забезпечення економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства / Ю. М. Уткіна, Р. Г. Веретельник // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 50. – С. 273-277.

3. Богацька Н. М. Критерії ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Богацька, А.Ю. Дуржинська. – Режим доступу: www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Economics/10_54764.doc.htm

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧО-ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

*Рись А.О.,
здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Загребельна І.Л., кандидат економічних наук, старший викладач

Раціональна організація виробництва на сільськогосподарських підприємствах – актуальне питання в даний час. Оскільки дуже складно знайти можливості та ресурси, щоб забезпечити відповідний темп розвитку та рівень цін, для вибору перспективного напрямку функціонування підприємству необхідно здійснити аналіз своєї діяльності відповідно до економічних умов функціонування.

Перспективною виробничою структурою сільськогосподарського підприємства є структура, в якій кількісні співвідношення між окремими галу-

зями здатні забезпечити виконання державних планових завдань з продажу продукції, дозволять найбільш повно і ефективно використовувати наявні й додатково використовувані виробничі ресурси, отримати найвищий економічний ефект та підвищити рентабельність підприємства

Поєднання галузей в сільськогосподарських підприємствах з погляду кінцевих цілей виробництва є яскраво вираженим економічним процесом. Комбінації поєднання галузей сільськогосподарського виробництва в одному виробничому комплексі визначаються не тільки економічними, а й багатьма іншими умовами, зокрема, ґрунтово-кліматичними, біологічними, технологічними та соціальними.

Поєднання галузей визначає спеціалізацію сільськогосподарського підприємства, а вибір раціонального поєднання галузей одночасно забезпечує оптимальну спеціалізацію. Зміна в розмірі хоча б однієї галузі сільськогосподарського підприємства спричиняє відповідні зміни в усіх інших галузях у структурі виробництва.

Поглиблення загальногосподарської спеціалізації сприяє збільшенню частки виробництва окремих продуктів (зерна, цукрового буряка, насіння соняшника, молока та ін.) та підвищенню концентрації відповідного виробництва на окремому підприємстві, що є основою для впровадження наукомістких технологій та підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства. Регіональна та загальногосподарська спеціалізації тісно пов'язані між собою. Чим глибша перша, тим сприятливіші створюються умови для розвитку другої. З іншого боку, чим більш спеціалізовані окремі господарства, тим чіткіше визначаються ареали виробництва тієї чи іншої продукції.

Використання математичних методів і ЕОМ для рішення задачі дає можливість отримати оптимальне вирішення при цьому зменшити час розрахунку.

Економіко-математична модель поєднання галузей є однією з найбільш важливих моделей, що забезпечують планування в аграрному виробництві. Оптимізацію виробничо-галузевої структури здійснено на прикладі побудови економіко-математичних моделей для типового господарств зокрема, для ПП «Імені Калашника» Полтавського району Полтавської області.

Для оптимізації виробничої структури типового підприємства ПП «Імені Калашника» Полтавського району була побудована матрична економічна модель, у якій було враховані всі особливості середніх за розміром сільськогосподарських підприємств, оптимальне рішення якої відображено на рисунку 1.

Відповідно до оптимізованої галузевої та виробничої структури досліджуваному підприємству доцільно спеціалізуватися на виробництві продукції скотарства, зокрема, молока, питома вага якого в структурі товарної продукції повинна становити не менше 32,28 %. Значно меншу питому вагу має м'ясо великої рогатої худоби – 5,73 %, адже його виробництво для підприємства є збитковим. Отже, питома вага виручки від реалізації продукції тварин-

ництва в структурі товарної продукції повинна займати 43,7 %, питома вага продукції рослинництва відповідно 56,3 %.

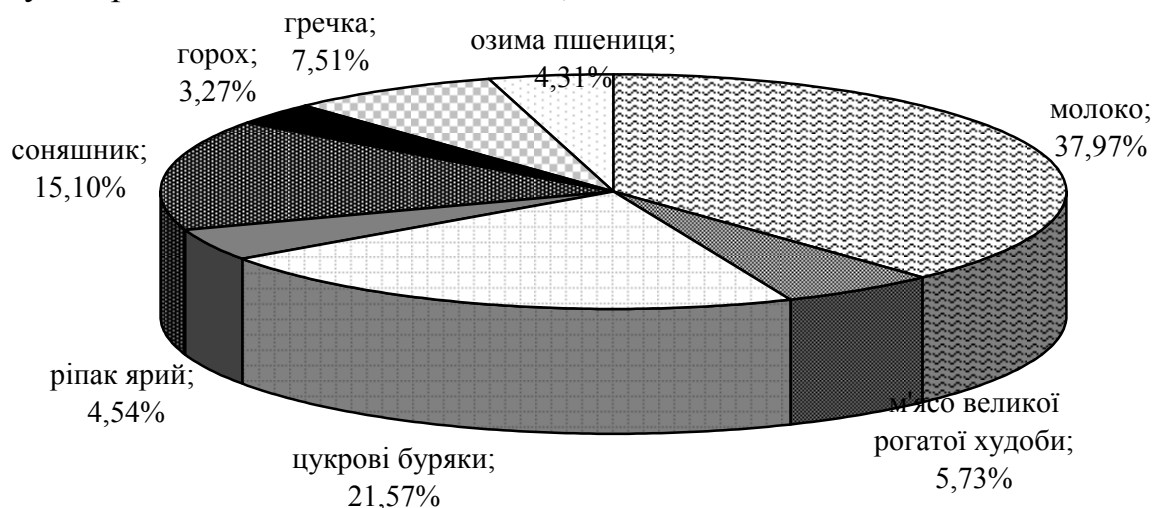


Рис. 1 Оптимізована структура виробництва ПП «імені Калашника» Полтавського району Полтавської області

Отже, завдяки поглибленню спеціалізації досліджуваному підприємству на виробництві продукції скотарства, зокрема, молока, знижується його собівартість та покращується якість. Це є загальною закономірністю, яка завжди проявляється за нормальних умов господарювання в межах раціонального рівня концентрації виробництва.

Список використаних джерел

1. Малікова І.Ю. Розвиток спеціалізації господарств сільського населення і перспективи їх кооперування із суспільним виробництвом / І.Ю. Малікова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 2. – 178-182.
2. Пасхавер Б.Й. Концентрація та ефективність сільського господарства / Б.Й. Пасхавер // Економіка АПК. – 2013. – № 1. – С. 16-23.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ В ПП «ІМЕНІ КАЛАШНИКА»

Саненко В.Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент

Аналіз господарської діяльності ПП «імені КАЛАШНИКА» наштовхує на висновки про те, що, не дивлячись на усю важливість розробки системи стратегічних планів для нашого підприємства, розглянуте господарство не має ніякої чітко вираженої стратегії свого поведіння в економічному сере-

довищі, а віддається лише рішенням постійно відтворених у процесі виробництва поточних проблем.

Підприємство зосереджене головним чином на підвищенні обсягу виробництва і на технічному переозброєнні. Однак ні підвищення обсягів виробництва (домагатися якого підприємству стає усе складніше через велику конкуренцію), ні технічне переозброєння, на наш погляд, не можуть забезпечити стійке положення підприємства в перспективі. Таким чином, щоб система управління господарською діяльністю підприємства була ефективною, то керівництво повинне формалізувати та економічно обґрунтувати стратегію поведіння на ринку, що допоможе визначити найефективніші шляхи боротьби за споживача із конкурентами, використовуючи свої сильні сторони та постійно самоудосконалюючись.

Важливу роль в перспективному плануванні в господарстві відіграє якість планів та їх оформлення. Добре побудовані і оформлені стратегічні й оперативні плани, доведені до виконавців, дозволяють краще організувати в подальшому контроль і аналіз їх виконання. Стратегічні плани повинні розроблятися вищим керівництвом підприємства, адже його бачення майбутнього організації і визначає цілі діяльності всього підприємства загалом.

До побудови оперативних планів обов'язково слід залучати керівників середньої ланки. Для удосконалення оперативного управління необхідно мати добре відпрацьовану систему нормативів і вміло її використовувати. Нормативи повинні знаходитись в основі оперативного планування і контролю за діяльністю виконавців. Необхідний високий рівень розпорядництва, адже вчасно віддані розпорядження сприяють кращій організації роботи виконавців.

Оскільки діяльність підприємства не керується формалізованим та економічно обґрунтованим стратегічним планом, його розробка є першочерговим завданням для удосконалення стратегічного планування на підприємстві. План повинен ґрунтуватися на всебічному аналізі як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства, планові показники необхідно економічно обґрунтувати, тому створення стратегічного плану, як і реалізація потребує деякого часу та людських ресурсів.

Процес планування повинен передбачати наявність «плану розробки плану», який дасть можливість значною мірою уникнути випадковостей, свідомо сформулювати плани подальшої діяльності підприємства.

Визначимо послідовність розробки стратегічного плану у досліджуваному господарстві, де встановлюється порядок здійснення робіт із визначенням змісту інформації, яку потрібно надати окремим виконавцям у певні терміни на прикладі даних таблиці 1. Такий план створюється з метою формування загального стратегічного плану підприємства.

**Послідовність розробки стратегічного плану
у ПП «імені КАЛАШНИКА» Полтавського району**

Термін виконання	Зміст робіт	Виконавець
Січень – березень	Прогнози та можливі шляхи розвитку зовнішніх і внутрішніх умов (на основі SWOT-аналізу, методів прогнозування та інших моделей)	Плановий відділ
Травень – червень	Визначення економічних показників діяльності підприємства, показників взаємодії із зовнішнім середовищем та умов функціонування підприємства	Плановий відділ
Червень – липень	Прогноз продажу по кожній товарній групі, вибір постачальників, складення кошторисів витрат на модернізацію існуючого та закупівлю нового устаткування	Плановий відділ, виробничі відділки (агрономічний та зоотехнічний) спільно з бухгалтерією
Серпень – вересень	Аналіз джерел фінансування реалізації стратегічного плану; розробка (коригування) поточних планів – бюджетів	Плановий відділ
Жовтень – листопад	Зведені розрахунки стратегічного плану із зауваженнями всіх учасників; розробка поточних планів на наступний рік	Плановий відділ, виробничі відділки
Листопад – грудень	Остаточне внесення коректив у стратегічний план, затвердження стратегічних і поточних планів; розробка планів-графіків для поточного контролю за ходом виконання стратегії, виявлення відхилень	Директор підприємства, плановий відділ та виробничі відділки

За допомогою графіку складення стратегічного плану забезпечується залучення співвиконавців до реалізації стратегічних планів, тому чим раніше буде зроблено «підключення» виконавців до процесу планування, тим активнішу участь вони братимуть у виконанні запланованих робіт.

Список використаних джерел

1. Стратегічний менеджмент: Підручник / [Писаревський І. М., Тищенко О. М., Поколюда М. М., Петрова Н. Б.]. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 287 с.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

**Сарафанніков В.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Шульженко І. В., кандидат економічних наук, доцент**

Можливість виникнення конфліктів існує у всіх сферах. Конфлікти народжуються на ґрунті щоденних розбіжностей у поглядах, розбіжностей і протиставлення різних думок, потреб, спонукань, бажань, стилів життя, надій, інтересів і

особистісних особливостей. Вони являють собою ескалацію щоденного суперництва і протистояння в сфері принципів або емоційно обумовлених сутичок, що порушують особистий або міжособистий спокій [1, с. 187].

Попередження конфлікту вимагає вміння управляти процесом вирішення конфліктної ситуації до того моменту, як вона переросте у відкрите протистояння.

Управління конфліктом – це здатність керівника побачити конфліктну ситуацію, осмислити її та здійснити попереджувальні дії щодо її вирішення.

Управління конфліктом як сфера діяльності керівника в організації, має такі стадії:

- сприйняття конфлікту та первинна оцінка ситуації;
- дослідження конфлікту та визначення його причин;
- пошук шляхів вирішення конфлікту;
- здійснення організаційних заходів, спрямованих на подолання конфлікту.

Отже перш за все необхідно припинити конфліктну взаємодію, адже зрозуміло, що до тих пір, поки виконуються якісь заходи з однією або з обох боків по посиленню або послабленню своєї позиції мова про вирішення конфлікту йти не може.

Після припинення взаємодії, обов'язковим етапом повинен бути пошук спільних або близьких за змістом точок зору опонентів, що являється двостороннім процесом і припускає аналіз як своїх цілей і інтересів, так і цілей і інтересів іншої сторони. Якщо сторони будуть прагнути вирішити конфлікт, вони повинні перш за все зосередитися на інтересах, а не на особі опонента.

Наступним, не менш важливим, етапом є відкидання негативних емоцій, що існують по відношенню до опонента. Зрозуміло, що під час протікання конфлікту, зазвичай зберігається стійке негативне відношення сторін один до одного, але для того щоб вони могли приступити до вирішення конфлікту, необхідно пом'якшити цей негатив.

Після того, як опоненти конфлікту зможуть зусиллям волі пом'якшити негативні емоції один до одного, їм в обов'язковому порядку необхідно перестати бачити в опонентів ворога або супротивника, зрозуміти, що проблему краще вирішувати спільно, об'єднавши зусилля. Для цього їм можна слідувати таким методам як критичний аналіз власної позиції і дій, розуміння інтересів іншого, виділення конструктивного початку в поведінці або навіть в намірах опонента. Також, можна відмітити, що визнання власних помилок знижує негативне сприйняття опонента. Розуміння не означає ухвалення або виправдання, швидше це розширює уявлення про опонента, робить його більш об'єктивним.

Коли ж один учасник конфлікту зможе перестати вбачати в іншому свого ворога, йому бажано зменшити негативні емоції протилежної сторони щодо нього. Серед таких прийомів можна застосувати такі, як позитивна оцінка деяких дій опонента, готовність йти на зближення позицій, звернення до третьої сторони, яка авторитетна для опонента, критичне відношення до самого себе, власна достойна поведінка і ін. Тобто чим більше наших дій опонент

буде вважати спрямованими на спільне подолання конфлікту, тим кращими будуть взаємовідносини [2, с. 35,36].

В процесі управління конфліктом бажаним є об'єктивне обговорення проблеми. З'ясування суті конфлікту, уміння сторін бачити головне сприяють успішному пошуку вирішення протиріччя. І навпаки, а акцентування уваги на другорядних питаннях, турбота тільки про свої інтереси зазвичай знижують шанси конструктивного вирішення проблеми.

Наприкінці ж подолання конфлікту, коли сторони об'єднують зусилля по його завершенню, необхідним має бути облік посадового положення один одного. Адже зрозуміло, що сторона, що займає підпорядковане положення або має статус молодшого, повинна усвідомлювати межі поступок які може собі дозволити її опонент. Дуже радикальні вимоги можуть спровокувати сильну сторону на повернення до конфліктного протиборства

Також треба зазначити, що існують доступні та ефективні методи і технології, які можуть бути успішно використані для управління конфліктами в організації. Управлінська практика широко використовує метод активного соціально-психологічного навчання (АСПО). Досвід, що одержується в його процесі, дозволяє раніше усвідомлюване побачити в абсолютно новому ракурсі, переосмислити свій попередній досвід управлінської діяльності і побачити причини власних невдач. Тим самим АСПО по суті гармонізує особистісну структуру сучасного керівника як основу оптимізації його управлінській діяльності [3, с. 127] .

Важливість цього методу полягає в тому, що його результати носять індивідуалізований характер, при цьому АСПО орієнтується не на кінцевий, наперед певний результат, а на оволодіння майстерністю організації взаємин керівника з підлеглими в різних непередбачуваних ситуаціях. Тим самим АСПО підвищує загальну управлінську культуру, сприяє проникненню в індивідуальну неповторність психіки іншого, в приховані і неусвідомлювані ним мотиви, що підвищує психологічну взаємодію; дозволяє подолати психологічну анонімність, що сприяє емоційному зближенню і взаєморозумінню. Оскільки управлінська діяльність неможлива без спілкування, головне в АСПО – допомогти кожному учаснику розібратися в причинах власних труднощів спілкування, обумовлених особистісною проблематикою.

Таким чином, можна констатувати, що управління конфліктами в організації є багатогранним та різноманітним, а методи, які при цьому застосовують, можуть варіювати в залежності від конкретної ситуації.

Список використаних джерел

1. Анцупов А.Я. Конфликтология: [учебник для вузов] / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – СПб.: Питер, 2007. – 591 с.
 2. Урбанович О. Психологія управління конфліктними ситуаціями // [Текст] / О. Урбанович // Підручник для Директора : Журнал управлінської компетентності. – К. : Плеяди, 2007. – N 1. – С. 34–53.
 3. Шаленко В. Н. Конфлікти в трудових колективах / В. Н. Шаленко К.: Скіф, 2005. – 255с.
-

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Свириденко С. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»)
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Дячков Д. В., кандидат економічних наук

Найважливішим завданням управління інноваційним процесом є розробка і реалізація інноваційної стратегії суб'єкта господарювання, що підпорядковуються загальній стратегії. Інноваційна стратегія задає цілі інноваційної діяльності, вибір засобів їх досягнення і джерел залучення цих засобів.

Розробка та реалізація інноваційної стратегії є складовою частиною інноваційного менеджменту і вирішує питання управління, планування і реалізації інноваційних проектів. В межах її формування відбуваються процеси передбачення змін в економічній ситуації підприємства, пошук і реалізація великомасштабних рішень, що забезпечують його виживання і стійкий розвиток за рахунок виявлених майбутніх факторів успіху.

Послідовність обґрунтування і розробки інноваційної стратегії підприємства представлена на рис. 1.

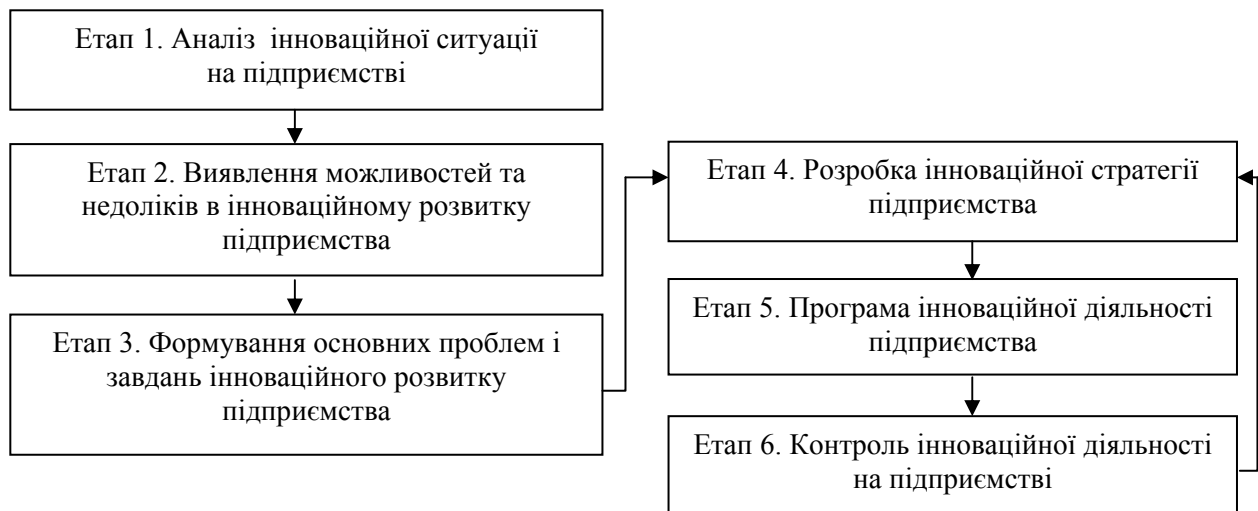


Рис. 1. Особливості формування інноваційної стратегії підприємства

Аналіз інноваційної ситуації, що склалася на підприємстві, повинен бути вихідним моментом процесу формування інноваційної стратегії. Він повинен починатися з короткої характеристики основних цілей і завдань, що постають перед підприємством в даній сфері діяльності.

Виявлення інноваційних можливостей і недоліків в інноваційному розвитку підприємства доцільно здійснювати з метою оцінки інноваційних можливостей, що виникають, а також очікуваних небезпек. Даний етап повинен

сприяти здійсненню процесів передбачення змін економічної ситуації на підприємстві в процесі реалізації інноваційного планування.

У свою чергу, небезпеки в інноваційній сфері діяльності можна визначити як ускладнення, що виникають у зв'язку з несприятливою тенденцією або конкретною подією, яке при відсутності цілеспрямованих інноваційних зусиль може призвести до витіснення товару (послуги) з ринку або обмеження його доступу на ринок.

У загальному вигляді інноваційну стратегію підприємства (стратегію інноваційної діяльності) можна охарактеризувати як певну логічну побудову, на основі якої підприємство вирішує основні завдання, що постають перед ним в інноваційній сфері діяльності.

Програми інноваційної діяльності підприємства передбачають конкретизацію загальних стратегічних положень інноваційної діяльності, тобто, розробку програм тактичних заходів по досягненню конкретних цілей, передбачених інноваційною стратегією підприємства.

У процесі контролю за реалізацією інноваційних стратегій підлягає оцінці ступінь виконання, причини і наслідки виникаючих відхилень. На основі яких, повинен слідувати процес прийняття системи заходів, спрямованих на усунення виявлених негативних проявів. Суттєве значення в сучасних умовах належить стратегічному контролю інноваційної діяльності – коригування інноваційної стратегії, яка повинна бути комплексним регулярним дослідженням середовища, завдань, стратегій і оперативної діяльності з метою виявлення виникаючих проблем і можливостей, а також розробці рекомендацій щодо плану дій по вдосконаленню цієї діяльності.

У загальному вигляді інноваційну стратегію підприємства (стратегію інноваційної діяльності) можна охарактеризувати як певну логічну побудову, на основі якої підприємство вирішує основні завдання, що постають перед ним в інноваційній сфері діяльності. Слід враховувати, що як для кожного окремого нововведення, так і кожного виробленого товару (послуги) існує індивідуальна стратегія і тактика. Разом з тим, комплексне бачення інноваційної діяльності підприємства включає як конкретні стратегії, так і різні аспекти виробництва і реалізації нововведення.

Список використаних джерел:

1. Гайдарова В. В. Особенности формирования инновационных стратегий на примере предприятий мукомольной промышленности / В. В. Гайдарова, М.В Меркушева // Международный научный журнал «символ науки». – 2016. – №5. – С. 75-78.

2. Федулова Л.І. Теорія та практика формування інноваційної стратегії корпоративних структур : монографія / Л. І. Федулова, О. А. Фомова. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 239 с.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

**Сизоненко О. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування»
(за видами економічної діяльності)
факультету економіки та менеджменту**

Науковий керівник –

Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор

У загальному вигляді під господарською діяльністю розуміється будь-яка діяльність, пов'язана з виробництвом матеріальних і нематеріальних благ, призначених для обміну, та їх обмін. Господарський Кодекс України надає більш розширене тлумачення господарської діяльності, встановлюючи, що це «...діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність» [1]. За Господарським Кодексом України сферу господарських відносин становлять господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини, а отже управління господарською діяльністю можна ідентифікувати як вплив суб'єктів, наділених відповідними компетенціями, на налагодження виробничих процесів і збут виробленої продукції, координацію взаємодії між підприємством і його контрагентами, а також між внутрішньогосподарськими підрозділами з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі.

Відомо, що управлінський вплив здійснюється шляхом виконання сукупності функцій: планування, організації, контролю та стимулювання, які стосуються найрізноманітніших аспектів господарювання – від закупівлі ресурсів і найму працівників до мінімізації фінансових ризиків і розроблення інвестиційних проектів. Реалізація будь-якої з цих функцій у різних сферах господарського життя в певні періоди часу може наштовхнутися на перешкоди об'єктивного і суб'єктивного характеру, що вимагає постійного пошуку можливостей їх удосконалення.

Слід зазначити, що протягом більше, ніж чверті століття в Україні суттєво змінювалися умови ведення господарської діяльності, що обумовило і трансформацію відповідної системи управління. Учені до найголовніших змін відносять зменшення кількості великих підприємств і переміщення виробництва у фермерські господарства, частка яких у 2014 р. сягнула 75% від загальної кількості сільськогосподарських підприємств [2]; ведення господарської діяльності здійснюється в умовах оренди (у 2014 р. в оренді перебувало 91,9% сільськогосподарських угідь України); створення організаційно-правової різноманітності форм ведення господарської діяльності; суттєве скорочення державної підтримки аграрного сектору економіки; зростання конкуренції з боку зарубіжних аграрних компаній.

Починаючи з 2014 р. гостра політична криза в Україні негативно позначилася на економічних умовах господарювання, що змусило керівників, власників сільськогосподарських підприємств розробляти заходи та приймати управлінські рішення, спрямовані на запобігання фінансових втрат і збереження конкурентоспроможності підприємств.

До основних напрямів удосконалення управління господарською діяльністю сільськогосподарських підприємств в умовах змін можна віднести:

– перегляд стратегічних цілей господарської діяльності у зв'язку із зміною кон'юнктури ринку, інфляцією, суттєвим підвищенням вартості ресурсів, що використовуються в сільському господарстві, втратою традиційних ринків збуту і необхідністю, у зв'язку з цим, пошуку нових споживачів;

– надання пріоритетності управлінським рішенням, пов'язаним з економією ресурсів, що дозволяє зберегти потенціал конкурентоспроможності;

– оптимізація виробництва, спрямована на визначення його обсягів у кількісному вимірі, які дозволяють отримати максимальний дохід або прибуток за мінімальних приведених витрат;

– орієнтація на технологічні та управлінські інновації, що стосуються способів виробництва сільськогосподарської продукції (технології точного землеробства, органічного землеробства, компютеризація виробничих процесів тощо); видової, сортової та породної структури живих організмів, залучення до процесу виробництва (у першу чергу вітчизняного походження); впровадження інструментів сучасного менеджменту, спрямованих на розкриття творчого потенціалу кадрів підприємства.

Зазначені та інші напрями удосконалення управління господарською діяльністю сільськогосподарських підприємств дозволять зберегти або підвищити їх конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р. №436 – IV. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Розвиток аграрного бізнесу в Україні: [моногр.] /за ред. проф. Брюховецького І. М. – Суми: Сумський національний аграрний університет, 2016. – 365 с.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Скриль В.Ю.

**здобувач вищої освіти ОКР «Спеціаліст»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**

Науковий керівник –

Писаренко С.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Прибуток є об'єктивною економічною категорією, тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Водночас прибуток – це підсумковий показник, результат фінансово –

господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку в залежності від сфери діяльності підприємства, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин [2, с. 256].

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; галузь господарства; установлені законодавством форми обліку фінансових результатів [3, с. 44].

Отже, узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток. Загальна сума отриманого підприємством прибутку визначається як балансовий прибуток.

Балансовий прибуток – загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітній період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукцію допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також прибуток від орендних (лізингових) операцій, роялті, а також позареалізаційних операцій.

Отримання балансового прибутку пов'язане з кількома напрямками діяльності підприємства. До них відносять:

- основна діяльність;
- діяльність, що не є основною;
- діяльність, пов'язана зі здійсненням фінансових інвестицій;
- діяльність, пов'язана з отриманням позареалізаційних прибутків.

Фінансовий прибуток підприємства формується:

- прибуток від реалізації продукції;
- прибуток від іншої реалізації;
- прибуток від позареалізаційних операцій;
- прибуток від фінансових інвестицій.

Основними принципами розподілу прибутку є такі:

– прибуток, отриманий підприємством у результаті його господарської діяльності розподіляється між державою та підприємством як господарюючим суб'єктом; частка прибутку, що надходить до держави, визначається встановленим законодавством ставками податку;

– визначення напрямів використання прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, знаходиться у його компетенції [1, с. 314].

Порядок розподілу та використання чистого прибутку, тобто прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків та обов'язкових платежів, фіксується у статусі підприємства.

В умовах ринкових відносин велике значення має обґрунтування співвідношень у спрямуванні прибутку на цілі виробничо – технічного розвитку, соціального розвитку, формування фінансового резерву, на виплати заснов-

никам (власникам), дивіденди акціонерам тощо. Разом з тим, прибуток є джерелом сплати підприємством штрафних санкцій, здійснення відрахувань на благодійні цілі, а також використовується для погашення кредитів, отриманих на інвестиційні цілі. У додатку Б подано схему напрямів можливого використання прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків.

Прибуток триманий підприємством може бути використаний для задоволення різноманітних потреб. По – перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. Це досягається вилученням у підприємств частини прибутку в державний бюджет. По – друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності [4, с. 139].

Отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. Пропорція розподілу прибутку між державою і підприємствами має важливе значення для забезпечення державних потреб і потреб підприємств. Це одне з принципових питань реалізації фінансової політики держави, від правильного вирішення якого залежить розвиток економіки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Азізов С.П. Організація аграрного виробництва і бізнесу : підручник / С.П. Азізов, П.Т. Саблук, П.К. Канінський; за ред. С.П. Азізова, П.Т. Саблука. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 790 с.
 2. Коніщева Н. Аналітичні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства / Н. Коніщева // Економіст. – 2001. – № 2. – С. 43–45.
 3. Курносова О. - Процеси розвитку підприємства//Економіст, 2008. - №1 – 28-32с.
 14. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000. - 460 с.
 4. Онисько С.М. Ефективність сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм / С.М. Онисько // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С.10 – 16.
-

ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**Скрипник Р. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –**

Вакуленко Ю. В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Комунікативні технології ХХІ століття стали індустріальними способами організації комунікативних процесів у суспільстві. Вони не допускають жодного дилетантства, мають розроблятися професіоналами і реалізуються на аудиторіях небачених розмірів.

Комунікативні технології можна розглядати як тип соціальних техноло-

гій, пов'язаних з організацією взаємин між людьми в процесі передачі інформації (у процесі руху інформаційних потоків). Під комунікацією (соціальною комунікацією) слід розуміти синхронну взаємодію соціальних суб'єктів, сутність якої складає рух від одного об'єкта до одержувача інформації, що має для них сенс і представлення в закодованій формі [2, с. 23].

Для формування, підтримки й удосконалення іміджу організації недоцільно і неможливо ігнорувати жодної складової. Слід пам'ятати і керуватися тим, що імідж організації – це, з одного боку, передумова ефективних зв'язків з громадськістю, а з іншого – гарантія ефективного функціонування фірми [1, с. 197].

Паблік рилейшнз (англ. Public Relations – зв'язки з громадськістю) – спеціалізована діяльність державних і громадських організацій, що забезпечує взаєморозуміння і доброзичливість у контактах з масами (публікою), соціальними групами. Public relations – важлива складова управлінської діяльності, покликана забезпечити взаєморозуміння, довіру, між сферою управління і широкими суспільними верствами, соціальним середовищем [1, с. 122].

Найчастіше в літературі з маркетингу поняття «просування» та «маркетингові комунікації» вважаються тотожними, якщо до просування додано і public relations. Але маркетингові комунікації просувають товари, а public relations – організації або особистості. Отже, маркетингові комунікації внаслідок включення до них public relations виходять за межі традиційного ринкового сегмента, їхньою цільовою аудиторією стають групи впливу, лідери, професійні асоціації та значно ширші верстви громадськості, ніж просто покупці. Public relations займається і просуванням товарів за допомогою інформації – спеціальних статей, тематичних добірок тощо [1, с. 354].

Основна мета public relations – це майстерне поєднання соціальних, політичних і психологічних факторів середовища (зовнішнього та внутрішнього) у спосіб, сприятливий для успіху організації, забезпечення необхідної поведінки цього середовища щодо організації (підприємства), а відтак і щодо її продукції. Для досягнення маркетингових цілей діяльність із public relations на підприємстві та в організації можна вести за кількома напрямками, зорієнтованими на різні групи громадськості. Діяльність з public relations може бути спрямована на вирішення конкретних завдань створення сприятливого середовища для підприємства або організації: формування іміджу, подолання кризи, екологічні заходи, проведення виборчих кампаній, релігійних заходів, завоювання довіри інвесторів, лобіювання певних рішень державних та місцевих органів, проведення політичних акцій, національних свят тощо.

Розглядаючи public relations у загальному контексті комунікацій, можна зазначити, що найширше застосування здобутків теорії комунікацій маємо саме в роботі з громадськістю. До комунікативних технологій він відносить пропаганду, рекламу, політику, переговори, перформанси, створення атмосфери довіри і взаєморозуміння [3, с. 56].

У просуванні й використанні іміджу підприємства найважливішу роль відіграють засоби масової інформації, які пропонують і пояснюють громад-

ськості, партнерам та клієнтам якісні характеристики й можливості фірми, використовуючи різні засоби, методи, ритуали.

Отже, імідж підприємства – це цілеспрямовано сформований образ підприємства, покликаний здійснювати емоційно-психологічний вплив на громадськість, клієнтів, споживачів з метою своєї популяризації і реклами. Добре рекламований імідж підприємства допомагає йому виходити на нові ринки, знаходити спільну мову з місцевою владою, з потенційними клієнтами і партнерами.

Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій став передумовою для створення принципово нових моделей комунікації, зокрема з використанням Інтернету і мобільного зв'язку.

Сучасні досягнення у сфері інформаційних технологій справили величезний вплив на створення інформаційних систем. Функціонування багатьох типів ІС було б неможливе без тієї швидкості і точності оброблення та надання даних, які забезпечуються використанням таких технологій.

Список використаних джерел

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. / [пер. с англ.]. – М.: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт»: ИНФРА-М, 2002. – 493 с.

29. Денисенко О. Персональний імідж / О. Денисенко // Секретарь- референт: Раздел 3. Страничка офисного работника. – 2011. - №2. – С. 70 – 76.

3. Имиджелогия. Почепцов Г.Г. М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2004. - 576 стр. - Серия "Образовательная библиотека" ISBN 966-543-048-3 (серия) ISBN 5-87983-096-9

СПЕЦИФІКА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Слинько А. О.

**здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Економіка»**

факультету економіки та менеджменту

Науковий керівник –

Кошова Л.М., асистент кафедри маркетингу

Ефективне функціонування сучасного ринку знаходиться в прямій залежності від постійно відтвореного ринкового середовища. Важливим його елементом є ринкова інфраструктура, що представляє собою систему підприємств і організацій, що забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили. До таких установ належать товарні біржі. Отже, міжнародна товарна біржа має на меті реалізацію різних видів продукції на обраному місці розташування товарної біржі. Також міжнародна товарна біржа виконує ряд функцій, які забезпечують розвиток не лише біржі, а й розвиток ринкових інфраструктур та економіки країни в цілому.

Міжнародні товарні біржі - це постійно діючі оптові ринки, на яких відбуваються угоди купівлі-продажу, по-перше, на масові сировинні і продовольчі якісно однорідні і взаємозамінні товари.

Внаслідок прискореного зростання біржової торгівлі фінансовими інструментами (товарні ф'ючерси, банківські відсоткові ставки, фондові індекси акцій, контракти на фрахтування, на державні цінні папери), експерти ЮНКТАД уточнили зміст поняття "міжнародна товарна біржа": "Сучасна товарна біржа - це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників (хеджери і спекулянти) торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину чи на так звані "нетоварні цінності" з метою запобігання цінового ризику і передачі його іншим учасникам ринку або, навпаки, прийняття цього ризику на себе в розрахунку дістати прибуток".

У розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, нараховується близько 50 міжнародних товарних бірж із загальним оборотом понад 10 трлн дол., що складає близько 25 % від їхнього валового національного продукту. На них реалізується продукція майже 160 найменувань. У міжнародному біржовому обороті товари в матеріально-речовинній формі представлені двома групами, що займають у ньому приблизно однакову питому вагу: I група - "сільськогосподарські і лісові товари" і II група - "промислова сировина і напівфабрикати".

Основну частину міжнародного біржового обороту складають ф'ючерсні угоди ("невловимі товари"), за якими не передбачається постачання реального товару. Обсяг біржового обороту за цими угодами складає 1,5 трлн дол. на рік (60-70 % світового обороту). У світі нараховується 110 ф'ючерсних ринків по сільськогосподарських товарах і 40-по промисловій сировині і напівфабрикатам.

Основними цілями діяльності міжнародних товарних бірж є: - досягнення високої концентрації попиту та пропозиції в одному місці, що дозволяє визначити реальну збалансованість товарних ринків, направити ресурси на забезпечення суспільства необхідними товарами, обмежити випуск товарів, пропозиція яких перевищує попит; - регулювання оптового товарообігу на основі ринкових законів; - здійснення кваліфікованого посередництва між покупцями і продавцями; - формування світових ринкових цін; - встановлення стандартів на біржові товари, розробка типових контрактів, фіксація торговельних порядків; - з'єднання продавців і покупців; - створення умов для боротьби з монополістичними тенденціями шляхом залучення до біржової торгівлі великої кількості продавців і покупців, забезпечення в процесі торгів гласності і конкуренції; - створення передумов для мінімізації комерційного і фінансового ризиків (біржа гарантує виконання угод, використовує механізм страхування цінового ризику); - надання учасникам біржового і позабіржового ринку інформації про стан попиту та пропозиції на товар, цін, рівні конкуренції

У світі функціонує велика кількість різноманітних видів товарних бірж, котрі можна класифікувати за тими чи іншими ознаками.

За роллю у світовій торгівлі біржі поділяються на міжнародні і національні. Відмітними рисами діяльності міжнародних товарних бірж є те, що вони:

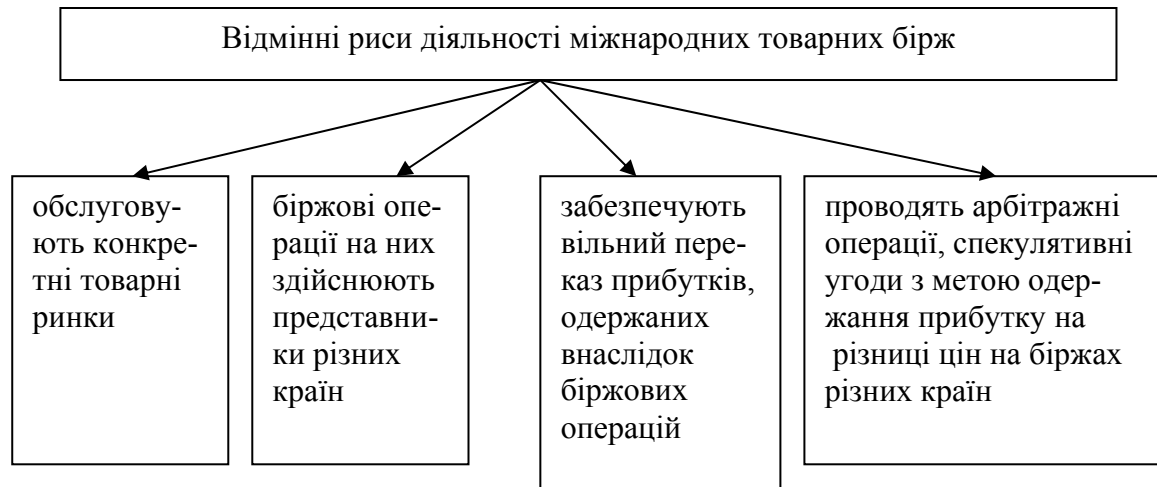


Рис.1. Відмінні риси діяльності міжнародних товарних бірж

Міжнародний характер бірж забезпечується відповідними валютним, торговельним і податковим режимами країн, де вони знаходяться. До міжнародних, відносяться всі біржі, розташовані в Чикаго і Нью-Йорку, Лондонська біржа металів, Лондонська ф'ючерсна й опціонна біржа.

Міжнародними вважаються також біржі, що обслуговують регіональні ринки. Діапазон їхньої дії охоплює територію двох чи більше територіально пов'язаних країн (Лондонська, Паризька, Сіднейська та інші біржі).

Національні біржі проводять операції купівлі-продажу товарів у межах однієї країни. За номенклатурою реалізованих товарів розрізняють універсальні і спеціалізовані біржі.

На універсальних біржах угоди укладають за широким асортиментом різноманітних товарів. Спеціалізовані біржі бувають широкого профілю, де предметом угод є однотипні групи товарів (наприклад, Нью-Йоркська біржа кави, цукру, какао, зернова біржа в Міннеаполісі), і вузькоспеціалізовані, де предметом торгів є один вид товару (наприклад, біржі цукру, каучуку, вовни, зернобобових).

Тож за ступенем відкритості біржі бувають як відкриті (Рис. 1) так і закриті де можуть приймати участі лише члени біржі.

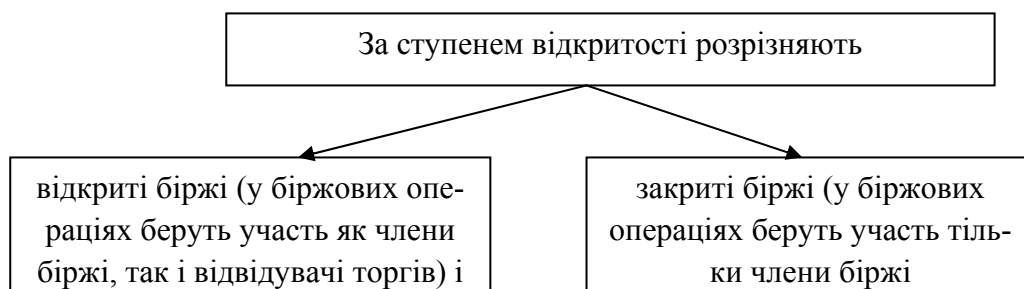


Рис. 1 Види бірж за ступенем відкритості

За ознакою організаційно-правових форм діяльності товарні біржі створюються у вигляді акціонерних товариств відкритого типу, та товариства із колективною відповідальністю та ін. Даний вид бірж зараз в Україні набуває неабиякої популярності. Отже, проаналізувавши специфіку міжнародних стандартів біржової діяльності можна зробити такий висновок, що міжнародні товарні біржі почали розгортати свою активну діяльність після настання незалежності України і з кожним роком набирають обертів.

Список використаних джерел

1. Биржевое дело: Учебное пособие / Зотов И. В., Успенко В. И. – Х.: Бурун+ Книга, 2005. – 256 с
 2. Дудяк Р. П., Бугеля С. Я. Організація біржової діяльності: Основи теорії і практик. Навч. посібник 2-ге видання доповнене. – Львів: Новий Світ. – 2000: Магнолія плюс. – 2003. – 360 с.
 3. Сохацька О. М. Біржова справа. – Тернопіль: Карт-Бланш, 2003. – 602 с.
-

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ПІДПРИЄМСТВІ

*Сліпокінь Ю.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент*

Процеси управління людьми здійснювались у всіх цивілізаціях і різних соціумах. Управління персоналом – це специфічна функція управлінської діяльності, головним об'єктом якої є люди, що входять у певні соціальні групи, трудові колективи. Суб'єктом управління виступають керівники і спеціалісти, які виконують функції управління стосовно своїх підлеглих. Отже, управління персоналом – це цілеспрямована діяльність керівного складу організації на розробку концепції, стратегій кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства. Планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів є основним змістом управління персоналом [1, с. 11].

Активізація людських ресурсів розглядається як найважливіший чинник ефективності, а її результати – виражатися в критеріях, заснованих на ролі персоналу в досягненні стратегічних цілей.

Управління результативністю використання персоналу ґрунтується на таких принципах:

- науковість, демократичний централізм, планомірність, єдність розпоряджень;

- поєднання одноосібного і колективного підходів, централізації та децентралізації, лінійного, функціонального і цільового управління;

- контроль за виконанням рішень [2, с. 11].

Управління людськими ресурсами є складним складовим компонентом управління організацією. Складовим воно є тому, що люди за своїм характером відрізняються від інших ресурсів і вимагають особливих підходів і методів управління, специфіка людських ресурсів виражається в тому, що, по-перше, люди наділені інтелектом, їх реакція на управління є емоційною, продуманою, а не механічною, а це означає, що процес взаємовідносин є двосторонній; по-друге, люди постійно удосконалюються і розвиваються; по-третє, відносини ґрунтуються на довготерміновій основі, оскільки трудове життя людини може продовжуватись протягом 30-50 років; і останнє, люди приходять в організацію усвідомлено, з певними цілями і мотивами.

Управління результативністю використання персоналу повинно акцентувати увагу на таких позиціях:

- людина – джерело доходу;

- вся діяльність організації спрямована на досягнення економічних результатів і одержання прибутку;

- успішна робота можлива тільки при забезпеченні організації високопрофесійним штатом працівників, організація цінна своїми людьми.

На думку багатьох зарубіжних економістів, головним у роботі з людськими ресурсами є:

- використання індивідуальних здібностей працівників відповідно до стратегічних цілей організації, в першу чергу, для оволодіння новою технікою й технологіями;

- інтеграція бажань, потреб і мотивів працівників з інтересами організації.

Суть управління людськими ресурсами - в забезпеченні досягнень цілей організації за рахунок комплектування її виробничим персоналом відповідної компетенції. Стратегія управління людськими ресурсами – визначення шляхів розвитку необхідної компетенції всього персоналу і кожного її співробітника зокрема. Іншими словами, управління персоналом – це плани, що використовують можливості зовнішнього середовища для зміцнення і збереження конкурентоспроможності організації за допомогою своїх працівників. Управління людьми є основою управління організації.

Стратегія управління результативністю використання персоналу поряд із продуктово-маркетинговою стратегією є ключовою функціональною стратегією організації. Для умов економіки України дана стратегія стає однією з головних не стільки через логіку планованого стратегічного розвитку, але все частіше як єдиний реально можливий стратегічний фактор. Іншими словами, значущі стратегічні зміни на різних рівнях управління, у тому числі і на рівні окремої організації, можна здійснити тільки за допомогою людського факто-

ру. Фахівці з менеджменту стверджують, що єдиною значущою конкурентною перевагою для будь-якої організації на початку ХХІ ст. стають її людські ресурси. Причому в стратегічній перспективі значущість людського фактору буде зростати [1, с. 157].

Стратегія управління персоналом - найважливіша підсистема загальної стратегії організації, подана у вигляді довгострокової програми конкретних дій з реалізації концепції використання і розвитку потенціалу персоналу організації з метою забезпечення її стратегічної конкурентної переваги.

Отже, кадрова стратегія належить до розряду функціональних стратегій, що підлягають завданню реалізації загальної стратегії.

Кадрова стратегія, що відповідає стратегії диференціації, звичайно орієнтована на персонал вузької спеціалізації і максимально високої кваліфікації - науковців, дослідників, проектувальників. Менеджери в цьому випадку повинні мати якості лідерів.

Список використаних джерел

1. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації: [навчальний посібник для студ. екон. спец. вузів] / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова – К.: “КОН-ДОР”, 2012. – 654 с.

2. Храмов В.О. Основи управління персоналом [навчально-методичний посібник] / В.О. Храмов, А.П. Бовтрук – К.: МАУП, 2001. – 168 с.

СУТНІСТЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС

Соломон Ю.В.,

здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст»,

спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник –

Самойлик Ю.В., кандидат економічних наук, доцент

В економічній літературі поняття «мотивація персоналу» трактується неоднаково, хоч більшість визначень багато в чому схожі. На думку одних авторів, мотивація – це свідоме прагнення до певного типу задоволення потреб, до успіху. Інші автори під мотивацією розуміють усе те, що активізує діяльність людини. Досить поширеним є визначення мотивації як рушійної сили поведінки, як прагнення людиною активної дії з метою задоволення своїх потреб. Мотивацію визначають і як стан особи, що характеризує рівень активності і спрямованості дії людини в конкретній ситуації. При цьому мотив виступає як привід, причина, об'єктивна необхідність щось зробити, спонукання до певної дії [2, с. 62].

Така різноманітність визначень засвідчує, що мотивація персоналу – це складне і багатопланове явище, яке потребує всебічного вивчення. З'ясовуючи сутність і природу мотивації, маємо усвідомлювати, що йдеться передусім про процес, який відбувається в самій людині і спрямовує її поведінку в конкретне русло, спонукає її поводитись у конкретній ситуації в певний спосіб. На поведінку людини в процесі трудової діяльності впливає ком-

плекс факторів-мотиваторів, що спонукають до діяльності: зовнішніх – на рівні держави, галузі, регіону, підприємства – і внутрішніх – складових структури самої особистості працівника (потреби, інтереси, цінності людини, пов’язані з його особистістю та соціокультурним середовищем, особливості трудової ментальності тощо) [3, с. 82].

Правомірним є твердження, що найактивніша роль у процесі мотивації належить потребам, інтересам, цінностям людини та зовнішнім факторам-стимулам. З огляду на вищенаведене можна сформулювати більш деталізоване визначення мотивації.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Мотивація – це сукупність усіх мотивів, які справляють вплив на поведінку людини [1, с. 244].

Мотивація персоналу включає цілу низку складових, а саме: мотивацію трудової діяльності, тобто спонукання персоналу до ефективної трудової діяльності, що забезпечує необхідні винагороди і задовольняє наявні потреби; мотивацію стабільної та продуктивної зайнятості; мотивацію розвитку конкурентоспроможності працівника; мотивацію володіння засобами виробництва; мотивацію вибору нового місця роботи тощо.

Теорія і практика менеджменту персоналу (зокрема його мотиваційна складова) поряд із уже названими ключовими термінами користується ще цілою низкою інших, які часто також тлумачать по-різному. З метою уніфікації низки понять уточнимо їхній зміст:

1) мотиватори – чинники, що спонукають людину до трудової діяльності; зовнішні мотиватори – зовнішні щодо працівника впливи; внутрішні мотиватори – внутрішні спонукальні сили;

2) мотиваційний потенціал працівника – складова трудового потенціалу, яка характеризує готовність працівника до максимальної трудової віддачі, розвитку конкурентоспроможності, реалізації в роботі набутих знань, здібностей, умінь, навичок;

3) багатство мотивації персоналу – різноплановість мотивів як результат різноманітності значущих для працівника потреб, які спонукають його до трудової діяльності;

4) напрямленість мотивації – спрямованість працівника на реалізацію певних потреб на основі вибору конкретного виду трудової діяльності;

5) сила мотивації (мотиваційної поведінки) – інтенсивність наміру працівника, міра його готовності включитися в трудову діяльність для досягнення поставлених цілей [4, с. 35].

Щодо характеру мотиваційного процесу підкреслимо, що він суттєво залежить від виду потреб, що ініціюють його. До того ж потреби перебувають між собою у складній динамічній взаємодії і здатні взаємно посилювати свою дію, суперечити одна одній, нівелювати значущість одна одної тощо. Складові цієї взаємодії можуть суттєво змінюватись у часі, коригуючи напрямле-

ність і характер дії мотивів. Тому навіть за досконалого знання мотиваційної структури людини, мотивів її дії можуть статися непередбачувані зміни в її поведінці. На характер мотиваційного процесу значний вплив справляють індивідуальні особливості людей, їхня мотиваційна спрямованість і такі якості, як ретельність, наполегливість, сумлінність.

Список використаних джерел:

1. Антонюк В. П. Регіональний менеджмент в системі формування трудового потенціалу / В. П. Антонюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. – 2005. – № 3. – С. 243-252.
 2. Власова А.П., Левицька Ж.Н. Еволюція концепції управління людськими ресурсами / А. Власова, Ж. Левицька // Києво-Могилянська Бізнес-Студія, 2006. - 296 с.
 3. Єськов О.С. Мотивація і стимулювання праці / О.С. Єськов // Економіка України. - 2001. - № 2. – С. 82-83
 4. Ножова Г.М. Аналіз мотивації та її впливу на результативність роботи персоналу підприємства / Г.М. Ножова, М.В. Пилип // Персонал. – 2008. - № 5. – С. 33-43
-

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

**Степенко Л.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент**

Особливий імпульс конкуренція дістала з переходом у розвинуте товарне господарство. Для ринкового господарства XVIII століття була характерна вільна конкуренція, її феномен детально дослідив Адам Сміт, якому належить вираз щодо «невидимої руки». Відомий англійський економіст перший зробив крок до розуміння конкуренції як ефективного засобу цінового регулювання:

- на основі теорії конкурентної ціни сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і зменшує ціни (при надлишку пропозиції);

- визначив основні умови ефективною конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців, вичерпну інформацію про них, мобільність використовуваних ресурсів;

- вперше показав яким чином конкуренція, зрівнюючи норми прибутку, призводить до оптимального розподілу праці і капіталу між галузями;

- розробив елементи моделі досконалої конкуренції і теоретично довів, що в її умовах можливе максимальне задоволення потреб [2, с. 12].

Класифікують такі види конкуренції: функціональна, видова, предметна та цінова.

Функціональна конкуренція – конкурентна боротьба, яка виникає тоді, коли одна і та ж потреба задовольняється по-різному (різними функціональ-

ними способами).

Видова конкуренція - конкурентна боротьба, яка виникає між товарами однієї видової групи, але різного оформлення.

Предметна конкуренція - конкурентна боротьба між аналогічними товарами різних підприємств.

Цінова конкуренція - конкурентна боротьба, в результаті якої захоплення більшої частки ринку відбуватиметься в разі зниження ціни [81, с. 66].

В умовах ринкової економіки конкуренція існує в сільському господарстві. Проте тут вона має певні особливості, зумовлені низкою специфічних чинників, зокрема тим, що земля є предметом і водночас знаряддям виробництва. Різноманітність форм господарювання в сільському господарстві, його багатогалузевий характер зумовлюють існування різних видів конкуренції, серед яких переважає нецінова конкуренція.

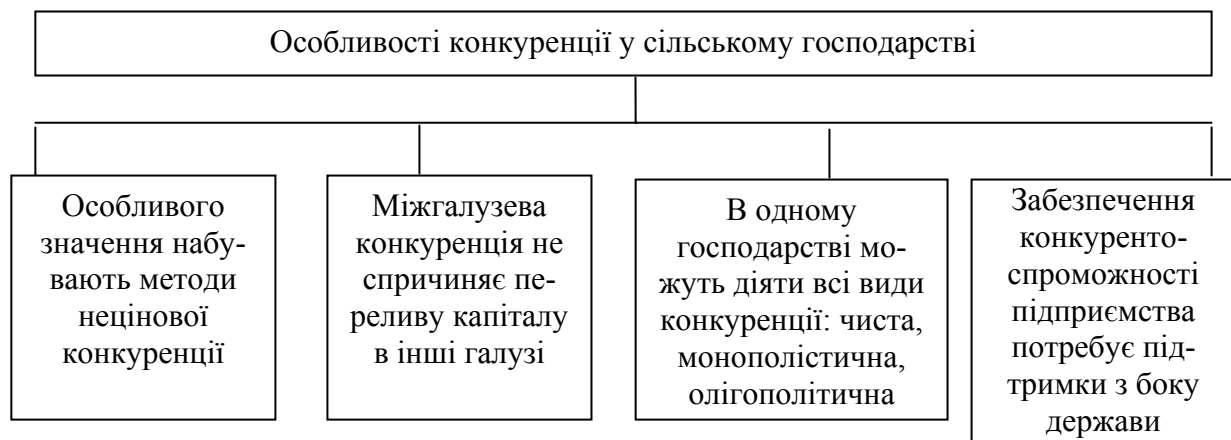


Рис. 1. Особливості конкуренції у сільському господарстві [12]

У зв'язку з тим, що нині в Україні земля є приватною власністю, міжгалузева конкуренція не спричиняє переливу капіталу в інші галузі господарства [12, с. 189].

Конкуренція галузі виростає з фундаментальної економічної структури і означає щось значно більше, ніж поведінка існуючих конкурентів. Стан конкуренції в галузі залежить від п'яти основних чинників.

Основні чинники конкуренції на ринку:

1. Суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
2. Спроби компаній з інших галузей залучати покупців даної галузі на бік своїх товарів-замінників;
3. Потенціал входження у галузі нових фірм;
4. Ринкова сила і контроль за умовами угоди з боку постачальників ресурсів;
5. Ринкова сила і контроль за умовами угоди з боку покупців продукції.

Модель п'яти чинників конкуренції, є цінним концептуальним інструментом вивчення основних впливів конкуренції на ринок і оцінці сили і слабкості кожного з них [11, с.867].

Таким чином, можна зробити висновок, що конкуренція є найважливішим регулятором ринку. Однак вона діє стихійно і має суперечливий харак-

тер. З одного боку, вона сприяє зростанню виробництва, підвищенню якості продукції і найбільш повному задоволенню потреб споживачів; але, з іншого боку, вона може призвести до порушення стабільності суспільного виробництва, що виявляється у надвиробництві товарів або у нестачі їх. Бажаючи вижити у конкурентній боротьбі виробники об'єднуються у великі монополії, що шкодить розвитку здорової конкуренції та призводить до застою виробництва. Все це породжує негативні суспільні наслідки: безробіття, різке диференціювання доходів населення.

Список використаних джерел

1. Гірченко Т.Д. Маркетинг: [навчальний посібник] / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик / - Київ: «Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. - 255с.
 2. Должанський І.З., Конкурентоспроможність підприємства: [навчальний посібник] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. –384с.
-

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Ступка В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Махмудов Х.З., доктор економічних наук, професор**

У сучасних умовах розвинених країн якість продукції формується під впливом таких основних чинників: активне прагнення фірм до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу; ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів; інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального і морального характеру.

Чинники, що впливають на формування якості, є основою систематичного вдосконалення системи організації виробництва, яка органічно поєднує в собі підсистеми забезпечення і контролю якості продукції, що випускається.

Для забезпечення якості продукції необхідно керуватися перевіреною практикою багатьох фірм основним принципом: робити якісно - завжди вигідніше. Відомий у світі фахівець з питань якості Каору Ісікава підкреслює: «Не слід економити на якості, оскільки якість сама є економією» [1, с. 15].

Якість продукції визначається тим її вирішальним значенням, яке вона має для споживача та її виробника:

- якість та ефективність виробництва перебувають у прямій залежності і доповнюють одна одну;
- якість є основою скорочення витрат і виживання фірми в умовах внутрішньої та особливо міжнародної конкуренції;
- з позиції споживача якість виробу визначає ступінь задоволення по-

треб, на які повинен своєчасно орієнтуватися його виробник [2, с. 89].

Традиційний спосіб захисту споживачів - це здійснення вхідного контролю якості товарів, що надходять. Підвищення гарантії якості товарів та досягнення визначеного технічного рівня продукції на підприємстві потребує системного підходу до управління її якістю. Система управління якістю - це сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів та ресурсів [3, с. 115].

Система управління якістю утворює логістику якості і посідає важливе місце в логістиці підприємства. Вона охоплює контроль якості матеріальних потоків і трудових процесів на всіх стадіях і етапах виробничого процесу, починаючи з надходження на склад підприємства матеріальних ресурсів до передачі продукції на склад готової продукції.

Споживач на основі діючої в постачальника системи якості має можливість вибирати підприємства постачальника, система якості якого, з погляду споживача, здатна забезпечувати належну якість товарів, що надходять.

Такий підхід взаємовідносин між постачальником і споживачем почав розвиватися з початку 80-х років. Спираючись на досвід національних організацій у сфері стандартизації, забезпечення та управління якістю, Міжнародна організація з стандартизації розробила та в 1987 р. видала перші п'ять стандартів ISO серії 9000. Вони стали основою для досягнення стабільної якості будь-яким підприємством. Цими стандартами було встановлено, що кожне підприємство повинно вирішувати три головні завдання у сфері якості:

- 1) підтримувати якість продукції і послуг на рівні, що забезпечує постійне задоволення встановлених ним вимог споживача, які передбачаються;
- 2) забезпечувати керівництву впевненість у тому, що необхідна якість досягається і підтримується на заданому рівні;
- 3) забезпечувати споживачу впевненість у тому, що запланована якість продукції, що постачається, досягається або буде досягнута, якщо це передбачено контрактом [4].

Для того щоб продукція відповідала вимогам ринку і в певний період часу була конкурентоспроможною, підприємство-виробник повинно впровадити і підтримувати на відповідному рівні систему якості, яка забезпечує контроль всіх чинників, що впливають на якість продукції (послуг). Важливо вибрати та побудувати систему якості таким чином, щоб одночасно задовольняти потреби споживачів і захищати власні інтереси. Вдала структура управління якістю на підприємстві дає змогу знизити витрати, збільшити власний прибуток при постійному підвищенні якості продукції, що випускається. У сучасній літературі і практиці існують різні трактування поняття якість. Міжнародна організація по стандартизації визначає якість (стандарт ІСО-8402) як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуг, що додають їм здатність задовольняти обумовлені чи передбачувані потреби. Цей стандарт увів такі поняття, як «забезпечення якості», «керування якістю», «спіраль якості».

Вимоги до якості на міжнародному рівні визначені стандартами ІСО се-

рії 9000. Перша редакція міжнародних стандартів ІСО серії 9000 вийшла наприкінці 80-х років і ознаменувала вихід міжнародної стандартизації на якісно новий рівень. Ці стандарти вторглись безпосередньо у виробничі процеси, сферу управління й установили чіткі вимоги до систем забезпечення якості. Вони поклали початок сертифікації систем якості.

Список використаних джерел

1. Шаповал М.І. Менеджмент якості продукції: [навчальний посібник] / Максим Іванович Шаповал. – К.: ІЗМН, 2006. – 156 с.
 2. Гірченко Т.Д. Маркетинг: [навчальний посібник] / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик / - Київ: «Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. - 255с.
 3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навчальний посібник]. Краснокутська Н.С. - К.: Центр навчальної літератури, 2005.- 352 с.
 4. Балабанова Л.В. Маркетинг: [підручник. 2-ге вид., перероблене і доповнене] / Балабанова Л.В. – К.: Знання – Прес, 2004. – 645с.
-

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦТВА

**Твердохліб Я.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Коваленко М.В., кандидат економічних наук, доцент**

Рослинництво відіграє винятково важливу роль у формуванні продовольчої безпеки України, оскільки воно забезпечує населення продуктами харчування, тваринництво - кормами, харчову, переробну і легку промисловість – сировиною, зовнішню торгівлю – експортними товарами. Проте, на сьогоднішній день багато рослинницьких галузей перебувають у досить важкому стані, є низькоприбутковими, що й потребує опрацювання заходів з підвищення їх ефективності у сільськогосподарських підприємствах.

В ринкових умовах економічна нестабільність виробництва проявляється не тільки в результативній, але й у витратній складовій ефективності виробництва. Тому, важливе місце у вивченні стабільності сільськогосподарського виробництва займає питання економічної ефективності виробництва продукції рослинництва.

Підвищення рівня ефективності виробництва сільськогосподарської продукції є найважливішим завданням, від рішення якого залежить продовольча безпека країни. Розв'язання його повинно здійснюватися не тільки на державному, але й на регіональному рівнях, де вирішуються питання забезпечення населення продуктами харчування [2, с. 89].

Сучасний розвиток галузі рослинництва має відбуватися за рахунок підвищення родючості ґрунтів, зниження хіміко-техногенного навантаження на

екоценози, зростання їх адаптивних властивостей, використання сортів рослин і технологій їх вирощування, що забезпечують найвищу окупність ресурсів.

Розробка та запровадження ефективних методів оптимізації процесів росту і розвитку рослин з урахуванням зміни кліматичних умов дозволяє суттєво підвищити врожайність і стабільність виробництва рослинницької продукції. Зокрема, інноваційна технологія передпосівної обробки насіння пшениці, ячменю та соняшнику покращує захист насіння і рослин від біотичних процесів та забезпечує їх захист від низьких та високих температур і нестачі вологи.

Підвищення родючості ґрунту має забезпечуватися за рахунок удосконалення структури посівних площ, що адаптована до ґрунтово-ландшафтних елементів і науково обґрунтованих сівозмін; підвищення ефективності застосування мінеральних добрив за рахунок оптимізації доз і співвідношення елементів живлення, строків і способів їх внесення в ґрунт [3, с. 227].

Важливим є розширення застосування ґрунтозахисних технологій обробки ґрунту, які будуть раціонально поєднувати оранку, плоскорізне й чизельне розпушування, поверхневий і нульовий обробіток. Застосування цих технологій дозволить за рахунок раціонального використання трудових, матеріальних і енергетичних ресурсів суттєво знижувати собівартість одиниці продукції і на цій основі підвищувати її конкурентоспроможність [3, с. 227].

Важливу роль у загальній системі заходів підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва становить максимальне збільшення якості продукції. Покращання якості сільськогосподарської продукції відіграє не лише економічну, а й соціальну роль, збільшення виробництва продукції, вихід на нові ринки збуту сприятиме отриманню максимального прибутку [1, с. 288].

Покращення якості продукції невід'ємно пов'язане із інноваційною діяльністю. Нині відбувається стрімкий розвиток новітніх технологій у галузі сільського господарства. Підприємствам для збільшення обсягів виробництва рослинництва важливим є запровадження досягнень науки і передового досвіду, введення нових систем машин (ресурсо- та енергоощадних), упровадження нових сортів сільськогосподарської продукції [1, с. 288].

Підвищення ефективності та конкурентоспроможності виробництва продукції рослинництва можуть бути досягнуті за рахунок зростання урожайності сільськогосподарських культур, поліпшення структури посівних площ і родючості ґрунтів, недопущення їх ерозії, збільшення внесення добрив, в першу чергу органічних, зміцнення матеріально-технічної бази виробництва, впровадження новітніх технологій, підвищення якості продукції, зниження її собівартості.

Список використаних джерел:

1. Газенко К.В. Економічна ефективність виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах вознесенського району миколаївської області /

К.В. Газенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Випуск 10. – С. 288-291.

2. Мойсеєнко І.Ю. Економічна ефективність виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Вознесенського району / І.Ю. Мойсеєнко, Т.І. Лункіна // Кримський економічний вісник. – 2012. – № 1 (1). – Частина I. – С. 88-91.

3. Прус Ю.О. Аналіз виробництва продукції рослинництва в агроформуваннях Запорізької області / Ю.О. Прус // Вісник ТДАУ. – 2013. – Зб. 10. – Т. 22. – С. 227-240.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Толстих А.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Писаренко В. В., доктор економічних наук, професор**

Формування конкурентних переваг аграрних підприємств має значне теоретичне і практичне значення для подальшого розвитку аграрного сектору економіки України, насичення внутрішнього продовольчого ринку доступними, високоякісними продуктами харчування, розширення зовнішньоекономічних зв'язків. Вирішення цих питань пов'язане зі здоров'ям людей, підвищенням їх життєвого рівня, забезпеченням національної продовольчої безпеки.

Наслідки глобалізаційних процесів вимагають підтримання відповідного рівня продовольчої незалежності, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку виробництва конкурентної сільськогосподарської продукції та запровадження заходів імпортного контролю з метою захисту власних виробників від іноземної конкуренції. У широкому розумінні продовольча безпека тлумачиться як захищеність життєвих інтересів людини, її зміст полягає у гарантуванні державою безперешкодного економічного доступу людини до продуктів харчування з метою підтримання звичайної життєвої діяльності [1].

Конкурентні переваги підприємств можна поділити за сферами діяльності підприємства: виробничі, технологічні, організаційні, маркетингові, кадрові (рис. 1).

Досягнення конкурентних переваг відбувається в кожній галузі сільськогосподарства по різному. Так, в галузі тваринництва для підприємств, що спеціалізуються на виробництві молока формування виробничих конкурентних переваг залежить від якості тварин, їх генетичного потенціалу; технологічних – забезпечення ферм необхідним устаткуванням для охолодження молока і фільтрувальними засобами; кадрових – кваліфікованими ветеринарами, які вчасно виявляють хвороби тварин; організаційних – безперебійно забезпечення тваринництва різноманітними, повноцінними і недорогими ко-

рмами; маркетингових конкурентних переваг – наявності каналів збуту продукції та ін.

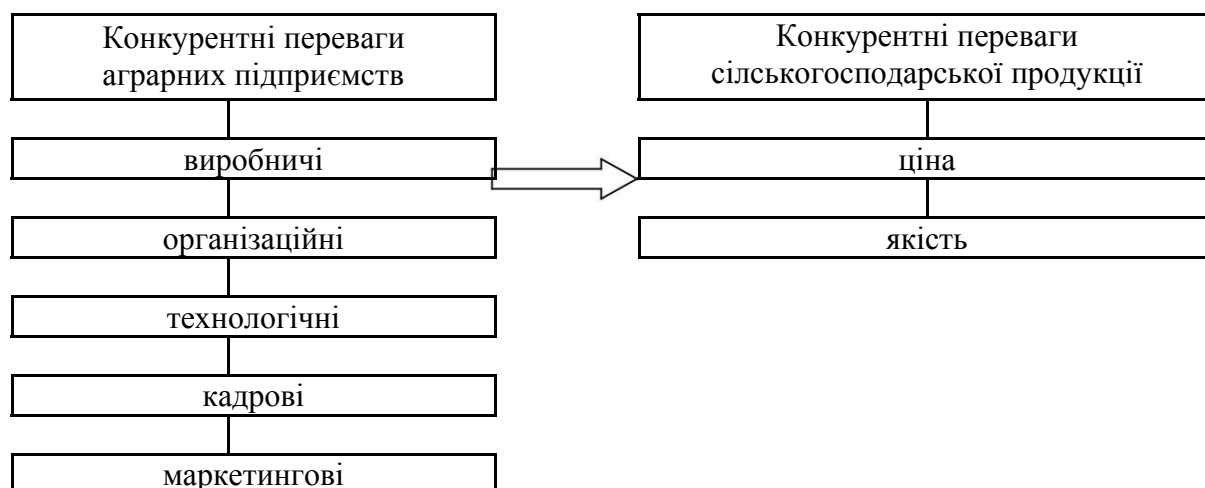


Рис. 1. Конкурентні переваги сільськогосподарських підприємств та продукції

Для досягнення конкурентних переваг найбільшого значення набуває матеріально-технічна база, кадрове забезпечення, раціональна спеціалізація та організація виробництва, низька собівартість, товарність, якість продукції, державна підтримка аграрного бізнесу. Формування конкурентних переваг підприємствами зумовлює зменшення собівартості та покращення якості продукції.

Сукупність конкурентних переваг підприємства має безпосередній вплив на конкурентні переваги продукції. Конкурентна перевага сільськогосподарської продукції може бути заснована на відмінностях і особливих властивостях продукції, а також на нижчій собівартості виробництва порівняно з конкурентами [2].

Під якістю сільськогосподарської продукції слід розуміти сукупність біологічних та споживчих властивостей, які задовольняють індивідуальні запити споживача, зокрема: екологічно чиста продукція, її зовнішній вигляд, відповідність міжнародним стандартам якості, поставка у зручний для покупця час. Якість продукції та виробничих ресурсів, які витрачаються на виробництво продукції, взаємопов'язані. Трудові ресурси відіграють найбільше значення в забезпеченні якості продукції [2].

Сільськогосподарські товаровиробники функціонують в умовах досконалої конкуренції, що означає велику кількість підприємств, які виробляють однакову (стандартизовану) продукцію, тому зменшення собівартості продукції відіграє вирішальну роль в конкурентній боротьбі. Зменшення собівартості продукції досягається шляхом ефективного використання землі, добрив, кормів, насіння, впровадження прогресивних технологій виробництва, забезпечення неперервності процесів виробництва.

Основними конкурентними перевагами сільськогосподарських підприємств є ті, що формують собівартість продукції, оскільки більшість сільсько-

господарських товаровиробників функціонують в умовах досконалої конкуренції, а також мають найменшу ринкову силу у продовольчому ланцюзі, оскільки зазнають тиску з боку представників переробної промисловості та постачальників засобів виробництва. Зменшення собівартості сільськогосподарської продукції та цін реалізації – це прямий шлях до збільшення доходів від реалізації продукції, збільшення прибутковості від зовнішньоторговельних операцій, покращення структури споживання основних видів продукції згідно зі встановленими раціональними нормами.

Список використаних джерел

1. Закон України “Про державну підтримку сільського господарства України” [Електронний ресурс]: Відомості Верховної Ради України – 2004. – № 49. – С. 527. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1877-15>.

2. Современное состояние и совершенствование методики мониторинга конкурентоспособности и устойчивости аграрного предприятия [Электронный ресурс] / Моисеев В. В., Набока А. А., Погибелев А. В. // Научный электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета – 2005. – № 02 (10) Режим доступа к журн.: <http://ej.kubagro.ru/2005/02/11/p11.asp>

ПІДГОТОВКА ВХІДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ ЕТАПІВ МОДЕЛЮВАННЯ

*Труфан Я.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Костоглод К.Д., доцент*

Збирання і обробка вхідної інформації – відповідальний етап моделювання. Залежно від постановки задачі і об’єкта, за яким ця задача має бути побудована, визначають особливості і обсяг необхідної інформації, джерела її збирання і методи обробки. Таким чином цей етап включає обсяг і структуру інформації, її збирання, обробку і оцінку[1].

Характер вхідної інформації визначається змістом економічної задачі і вибраним математичним методом її розв’язання. Для більшості задач сільськогосподарського виробництва до вхідної задачі відносяться дані про сільськогосподарські культури, технологічні способи виробництва, обсяги виробничих ресурсів, затрати цих ресурсів на одиницю змінних коефіцієнти співвідношення різних способів діяльності які визначаються біологічними, технічними, технологічними і організаційно-економічними вимогами і т.д.

Інформація для моделювання відомостей про економічний процес і об’єкт має бути повною, достовірною, доступною і своєчасною. Результати розв’язання задачі нереальними, якщо вихідні дані не досить повні і точні. Як джерела вхідної інформації використовують річні звіти, виробничо-фінансові і перспективні плани, плани організаційно-господарського влаштування, дані первинного обліку, технологічні карти вирощування і збирання сільськогос-

подарських культур і вирощування тварин, а також різні нормативні дані. При цьому більшість із цих показників в процесі моделювання необхідно не лише зібрати, але й відповідним чином опрацювати. В більшості випадків лише незначна частина інформації є придатною для використання в моделюванні. І тому значну її частину показників потрібно або спеціально досліджувати, наприклад, рівень урожайності сільськогосподарських культур, продуктивність тварин на перспективу тощо[2].

Вхідна інформація переробляється в конкретні числа, що виражаються в певних одиницях вимірювання. Для певної економко-математичної моделі числа формуються в техніко-економічні коефіцієнти

Техніко-економічні коефіцієнти – це постійні величини, які не змінюються при даних умовах. Залежно від обмежень, яких вони стосуються, техніко-економічні коефіцієнти можуть характеризувати затрати ресурсів, вихід продукції, виробіток у розрахунку на прийняту одиницю вимірювання змінної (гектар, тонна, центнер тощо). Так, якщо одиницею вимірювання змінної взято 1 га площі посіву, то всі техніко-економічні коефіцієнти, що стоять у відповідному стовпчику, повинні виражати затрати ресурсів або випуск продукції в розрахунку на 1 га посіву.

Техніко-економічні коефіцієнти, що стосуються одного обмеження, повинні мати таку ж одиницю вимірювання, в якій вводиться вільний член відповідного рівняння чи нерівності. Іншими словами, розмірність кожного техніко-економічного коефіцієнта, який входить в конкретне обмеження, повинна бути рівна розмірності, яка прийнята для цього обмеження, поділена на розмірність відповідної змінної. Наприклад, якщо для змінної прийнята розмірність в гектарах, а для вільного члена обмеження в людино-днях, то для техніко-економічного коефіцієнта розмірністю будуть людино-дні на один гектар. Якщо ж у випадку, коли невідома змінна в цьому ж обмеженні буде означати поголів'я худоби, то розмірність техніко-економічного коефіцієнта буде виражати затрати людино-днів на голову худоби.

Одержання достовірних техніко-економічних коефіцієнтів є найбільш важкою стадією моделювання планово-економічних задач. Якщо коефіцієнти не точні, виконані розрахунки за допомогою математичних методів і комп'ютерних технологій не будуть мати ніякого практичного значення. Якщо ж вони будуть завищені або занижені, то ресурси залишаються не використаними, або їх не вистачить, а поєднання галузей буде неправильним.

Розрізняють нормативні коефіцієнти, які зв'язані з техніко-економічною характеристикою змінних величин, коефіцієнти пропорційності, коефіцієнти зв'язку.

Нормативні коефіцієнти за своїм економічним змістом поділяються на коефіцієнти витрат і коефіцієнти виробництва продукції.

Нормативні коефіцієнти витрат вказують, яка кількість ресурсів i -го виду витрачається на виробництво по j -ій галузі виробництва, на центнер продукції і т.д. Нормативні коефіцієнти витрат розраховуються різними методами. Найчастіше це витрати, які розраховані за допомогою технологічних карт, або фактичні витрати, які оброблені методами математичної статистики.

Нормативні коефіцієнти виробництва продукції розробляють в основному за допомогою технологічних карт, а також при допомозі обробки матеріалів із використанням математичної статистики.

Всі нормативні коефіцієнти, як за рівнем виробництва, так і за рівнем витрат, можуть виражатись в прямому (фізичному, натуральному) вигляді, також як похідні величини. Наприклад, витрати кормів на виробництво тваринницької продукції можна виражати в фізичній вазі, а також в похідних величинах (по вмісту різних поживних речовин). Розрахунок нормативних техніко-економічних коефіцієнтів – важлива частина процесу моделювання, оскільки від їх достовірності залежить правильність розв'язання задачі.

Дуже часто при побудові економіко-математичної моделі задачі необхідно встановити зв'язки між одержаним значенням величини невідомої змінної і обсягом обмеження. В таких випадках використовуються коефіцієнти зв'язку, які в більшості випадків дорівнюють одиниці. Наприклад, якщо площу посіву соняшника позначити x_1 , і ввести в модель умову агротехніки вирощування цієї культури, згідно якої вона не може бути поверненні на одне і це ж саме поле не швидше ніж через 8 років, то площа соняшника в структурі посівних площ не може перевищувати 12,5%. Тому така умова залишаться обмеження $x_1 \leq 12,5$ % посівної площі. Коефіцієнт зв'язку при x_1 дорівнює одиниці.

Для розв'язування планово-економічної задачі необхідно також встановити оцінки змінних величин, тобто коефіцієнти змінних величин в цільовій визначається характером критерію оптимальності і тому вони, як правило, виражають прийнятний критерій оптимальності. Такі оцінки можуть виражатись як в натуральній так і в грошовій формі; можуть бути прямими або похідними; можуть розраховуватись на підставі фактичних даних або даних прогнозування.

Вільні члени – обсяги правої частини обмежень. Їх ще називають константами, тобто постійними величинами. Отже, вільні члени – це відомі величини, які не змінюються при даних умовах. Найчастіше вони виражають собою обсяги наявних виробничих ресурсів, виходити за межі яких неможна. В сільському господарстві такими виробничими ресурсами є сільськогосподарські угіддя (рілля, природні кормові угіддя), робоча сила, сільськогосподарська техніка, добрива, виробничі приміщення, корми, грошові засоби, гарантовані обсяги виробництва, фіксовані розміри посівних площ сільськогосподарських культур і т.д.

Виробничі ресурси повинні визначатись із врахуванням їх фактичного стану, а також періоду планування. Якщо використання протягом року виробничих ресурсів є нерівномірним, то їх необхідно розрахувати не тільки на рік в цілому, але й за окремими напруженими періодами (трудова ресурси). У правій частині обмежень відображають не тільки кількість ресурсів, але й обсяг продукції, яка виробляється, по верхньому і нижньому рівнях. Нижній рівень відображається в тих випадках, коли наперед відомий обсяг продукції, менше якого господарство виробляти не повинно, а верхня межа не дозволяє

виробництва продукції більше зазначеною обсягу. Після обчислення всіх техніко-економічних коефіцієнтів, коефіцієнтів цільової функції (оцінок змінних) і констант (вільних членів) приступають до побудови числової економіко-математичної моделі тобто вираження економічних, технологічних і інших умов, а також мети задачі в математичній формі. При цьому вся зібрана і належним чином опрацьована інформація про задачу записується у вигляді відповідних рівнянь або нерівностей, які виражають у математичній формі строгі кількісні залежності факторів і умов задачі. Ця стадія моделювання ще називається формалізацією або математичного планово-економічної задачі [3].

Список використаних джерел

1. Информатика: Базовый курс / [С.В. Симонович, Г.А. Евсеев, В.И. Мураховский, С.И. Бобровский]. – СПб: Питер, 2002. – 640 с.
 2. Інформаційні системи в менеджменті: Навчальний посібник / [С.В. Глівенко, Є.И. Лапін, О.О. Павленко та ін.]. Суми: – ВТД “Університетська книга”, 2005. – 407 с.
 3. Энциклопедия кибернетики. В 2-х томах. [Текст] // Отв.ред. В.М. Глушков. К.: Гл.ред. Украинской Советской энциклопедии, 1974. Т.1 – 607 с. Т.2. – 620 с.
-

МОДЕЛІ ТРЕНДУ

**Тумановська А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Балдінська Н.О., старший викладач кафедри**

Процес прийняття науково обґрунтованих рішень в економіці тісно пов'язаний з визначенням кількісних співвідношень між економічними показниками.

Так, наприклад, щоб з'ясувати, чи доцільно інвестувати придбання нового обладнання (розробку нової технології), потрібно знати, який додатковий дохід можна отримати на кожну одиницю капіталовкладень у разі реалізації різних варіантів проектів інвестування.

Дослідження будь-якого економічного показника необхідно вести шляхом розкриття його зв'язків та співвідношень з іншими показниками. Вивчення та практичне використання реально існуючих взаємозв'язків та залежностей між параметрами економіки, що варіюють, є досить актуальними в умовах все зростаючої складності суспільного виробництва.

У практиці прогнозування та планування показників господарської діяльності підприємства можуть використовуватися різні види економіко-статистичних моделей. Основою більшості з них є екстраполяція, що пов'язана з розповсюдженням закономірностей, зв'язків та співвідношень, які діють у періоді дослідження, за його межі. У більш широкому сенсі слова — це отримання уявлень про майбутнє на основі інформації, що відноситься до минулого та сьогоденного.

В короткостроковому періоді прогнозування на економічний об'єкт діє чимало випадкових факторів, які послаблюють визначальні тенденції його розвитку. Тому використання екстраполяції в прогнозуванні має в своїй основі передбачення про те, що досліджуваний процес зміни тієї чи іншої економічної змінної являє собою сполучення двох складових — x_t регулярної (детермінованої не випадкової) та ε_t випадкової. Тоді часовий ряд економічного показника y_t може бути представлений у наступному вигляді: $y_t = x_t + \varepsilon_t$.

Регулярна складова називається тенденцією, трендом. Регулярна складова (тренд) x_t характеризує існуючу динаміку розвитку процесу в цілому, випадкова складова ε_t відображує випадкові коливання або шуми процесу. Обидві складові визначаються будь-яким функціональним механізмом, який характеризує їх поведінку в часі. Задача прогнозу полягає у визначенні виду екстраполюючої функції x_t і ε_t (на основі вихідних емпіричних даних) та параметрів вибраної функції.

Розрахунок прогнозу економічного показника на основі його часового ряду є найбільш простим та розповсюдженим способом екстраполяційного прогнозування. Ціль такого прогнозу — показати, до яких результатів можна прийти в майбутньому, якщо рухатися до нього з тією ж швидкістю або прискоренням, що і в минулому.

В основі побудови моделей тренда лежить передбачення, що прогнозний показник формується під впливом великої кількості факторів, які або неможливо виділити, або по ним відсутня інформація. В цьому випадку хід зміни досліджуваної змінної пов'язують не з факторами, а з течією часу, що проявляється у створенні одномірного часового ряду. Тоді формально задача прогнозування зводиться до отримання оцінок значення ряду на деякому періоді майбутнього, тобто до отримання значення y_t ,

де $t = n + 1, n + 2$ і т.д.

Якщо існує певна сукупність даних, що характеризують динаміку досліджуваного показника, то завжди можливі спробувати винайти на графіку найкращу лінію, яка буде «найближче» до точок спостережень в рамках всієї їх сукупності. Ця лінія допоможе зрозуміти поведінку фактичних даних, виявити тенденцію їх розвитку й на цій основі побудувати оптимальний прогноз майбутніх значень ряду. Використання графічного методу у сполученні з можливостями Excel дозволяє не тільки оперативно побудувати лінію, що найкращим чином апроксимує вихідні дані, але й дати їй математичний опис та якісну оцінку.

Додавання ліній тренду до рядів даних на діаграмі є досить простим, наочним та швидким способом складання та оцінки достовірності прогнозів. Перевага цього способу прогнозування полягає в тому, що одночасно можна отримати одразу декілька кривих росту, які в тому чи іншому ступені відображують поведінку базової лінії та побудованих на основі різних моделей. Тим самим розширюється аналітична база прогнозування, і користувач отримує більше аргументів для обґрунтованої оцінки можливих напрямів розвитку досліджуваного показника.

Методологія статистичного прогнозування передбачає побудову та дослідження багатьох моделей для кожного часового ряду, їх порівняння на основі статистичних критеріїв та відбір найкращих з них для прогнозування.

Основою більшості методів прогнозування є екстраполяція, яка пов'язана з розповсюдженням закономірностей, зв'язків та співвідношень, що діють в досліджуваному періоді, за його межі, або — в більш широкому сенсі слова — це отримання уявлень про майбутнє на основі інформації, що відноситься до минулого та теперішнього.

Список використаних джерел:

1. Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Романюк Т.П. Економетрія: Підручник. – Вид. 2-ге, допов. та перероб. — К.: КНЕУ, 2006.— 296 с.

2. Толбатов Ю. А.. Економетрика: Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / Київський держ. торговельно-економічний ун-т. – К. : ТП Пресс, 2003. – 320с. – Бібліогр.: с. 314. – ISBN 966-95901-6-7.

3. <http://alls.in.ua/37931-avtomatizaciya-rozrahunkiv-v-elektronnih-tablicyah-excel.html>

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР У ПІДПРИЄМСТВІ

*Тютюнник Л.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Писаренко С.В., кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Здійснення діяльності в сільському господарстві відбувається в складних соціально-економічних та політичних умовах. На даний час виробництво продукції здійснюється переважно на орендованих землях, що вимагає особливої уваги до способів та результативності її використання [1].

Посівною називають площу ріллі або інших розораних угідь, яка зайнята посівами сільськогосподарських культур. Розміри посівних площ обчислюють по окремих культурах, а по кожній культурі – за господарським призначенням. Розподіл загальної посівної площі під різні групи сільськогосподарських культур називається структурою посівної площі.

Розглянемо склад та структуру посівних площ в СТзОВ «Ковалі», Хорольського району (табл. 1).

Аналізуючи дану таблицю, можна зробити висновок, що загальна площа посіву сільськогосподарських культур за останні п'ять років збільшилась, а саме на 300 га, тобто на 33%. В тому числі збільшилась і посівна площа зернових і бобових на 40 га (5,5%). Посівна площа соняшнику збільшилась на 260 га (1,5 рази).

Таблиця 1

Склад і структура посівних площ СТЗОВ «Ковалі», 2011-2015 рр.

Культури	2011 р.		2012 р.		2013 р.		2014 р.		2015 р.		Відхилення 2015 р. до 2011р. (%)
	га	%	га	%	га	%	га	%	га	%	
Зернові і зернобобові	730	80,2	810	75	630	75,9	754	64,8	770	63,6	105,5
Пшениця	270	29,7	400	37	400	48,2	150	12,8	460	38	170,4
Кукурудза на зерно	300	32,9	220	20,4	80	9,6	454	39	60	4,9	20
Ячмінь ярий	150	16,5	170	15,7	100	12,1	75	6,4	200	16,5	133,3
Овес	10	1,1	20	1,9	50	6	75	6,4	50	4,1	500
Соняшник	180	19,8	270	25	200	24,1	410	35,2	440	36,4	244,4
Разом	910	100	1080	100	830	100	1164	100	1210	100	132,9

Найважливішими результативними показниками сільськогосподарського виробництва в цілому є урожай та урожайність. Рівень урожайності відображує вплив економічних і природних умов, а також якість організаційно-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств і господарств. Для культур, що вирощують у відкритому ґрунті, урожайність визначають з розрахунку на 1 га.

У процесі аналізу даних про урожайність оцінюють рівень виконання планових завдань з урожайності і валового збору, досліджують динаміку урожайності, а також визначають вплив природно-кліматичних і економічних факторів на її рівень для виявлення резервів підвищення урожайності і збільшення виробництва соняшника.

Розглянемо динаміку урожайності, валового збору та посівних площ в СТЗОВ «Ковалі» Хорольського району (табл.2.).

Таблиця 2

Динаміка урожайності, валового збору та посівних площ у СТЗОВ «Ковалі» Хорольського району Полтавської області, 2011-2015 рр.

Роки	Урожайність, ц/га	Площа, га	Валовий збір, ц	Урожайність, ц/га	Площа, га	Валовий збір, ц
	Зернові та зернобобові культури			Технічні культури		
2011 р.	45,48	730	33200	25,84	180	4652
2012 р.	41,89	937	39251	18,60	270	5023
2013 р.	45,63	630	28746	32,11	200	6422
2014 р.	51,29	754	38673	19,25	410	7894
2015 р.	40,80	770	31415	20,97	440	9227
2015 р. у % до 2011 р.	89,71	105,48	94,62	81,14	244,44	198,34

Аналізуючи одержані дані, ми бачимо, що у 2015 р. в порівнянні з 2011 р. значно зросла площа посіву технічних культур на 260 га (1,5 раз) урожайність помітно знизилась на 4,9 ц/га (18,9%), ці два показники в свою чергу

вплинули на зростання валового збору на 4575 ц (98,3%), який у 2015 р. становить 9227 ц. Що стосується зернових культур, то незважаючи на зростання посівної площі на 40 га ми спостерігаємо зниження валового збору на 1785 ц.

Таким чином, на основі проведеного аналізу виробництва продукції рослинництва можемо зробити висновок, що основними шляхами збільшення виробництва високоякісної аграрної продукції та зменшення витрат на її одиницю є: відтворення родючості ґрунтів та контролю за дотриманням земельного законодавства; розроблення раціональної системи хімізації та меліорації земель; державна підтримка селекції, насінництва; поліпшення матеріально-технічної бази за допомогою державних програм, лізингу. Проте найголовнішим із шляхів досягнення поставленої мети є створення умов та можливостей для належного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників необхідними фінансовими ресурсами за рахунок удосконалення фінансово-кредитної, податкової систем та державного регулювання аграрного сектору економіки для надання їм можливості використовувати інноваційну продукцію та технології, що є найважливішим з шляхів виходу галузі з кризового стану.

Список використаних джерел.

1. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: навч. посіб./ М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко, В.К. Збарський та ін.]. – К.: Вища освіта, 2002. – 398 с.

ДОХОДИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

**Удовиченко М.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Миколенко І.Г., кандидат економічних наук, доцент**

Створення доходів є, безумовно, основним, ключовим питанням, проте як тільки у підприємства з'являються доходи, постає питання їх раціонального використання та розподілу. У зв'язку з цим значення рівня та розміру отриманих доходів має особливе значення. Своєчасна інформація, щодо формування доходів на сільськогосподарських підприємствах дозволить вчасно виявляти перспективні шляхи розвитку підприємств, а не вирішувати питання про виживання. У цьому контексті особливої актуальності набувають питання інформаційного забезпечення процесу управління, оскільки від якості, своєчасності та змістовності отриманої інформації залежить його ефективність і, як наслідок, успішність та конкурентоспроможність аграрного бізнесу в ринкових умовах [7]. Аналіз існуючих концепцій та парадигм підтверджує проблеми економічної термінології. В одному випадку дохід трактується як виручка від реалізації продукції, робіт, послуг; в іншому – всі грошові надходження, прибуток тощо (табл. 1).

Порядок визнання доходів у нормативно-правовій документації

Джерело	Порядок визнання
Господарський Кодекс України [6]	Прибуток (дохід) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та на суму амортизаційних відрахувань
Податковий Кодекс України. Розділ І. Ст. 14 [5]	Доходи – загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, й континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами
НП(С)БО №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», ПСБО 15 «Дохід» [2, 3]	Доходи визнаються, як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визнана
МСФЗ (IAS) 18 «Виручка» [4]	Дохід (виручка) – це валове нагромадження економічних вигід протягом періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників

Дохід – багатогранне економічне поняття, яке застосовується у різних значеннях, а в основному як фінансовий результат. Фінансовий результат від основної діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області у 2015 р. становив 2553 млн. грн прибутку проти 757,4 млн. грн у 2014 р. та 1062 млн. грн у 2011 р. (табл. 2).

Динаміка розміру чистого доходу від реалізації сільськогосподарської продукції підприємствах Полтавської області, 2011-2015 рр., тис. грн

Райони	Роки					2015 р. у % до 2011 р.
	2011	2012	2013	2014	2015	
Полтавська область	1062165	1579556	1482416	757397	2552973	240,4
Великобагачанський	51115	93656	145017	37835	146850	287,3
Гадяцький	44504	8652	36760	45932	147149	330,6
Глобинський	124044	133489	202957	97608	249966	201,5
Гребінківський	1766	33940	37204	-31553	65459	3706,6
Диканський	43235	82899	87763	46678	140285	324,5
Зіньківський	22457	24531	32113	18643	40456	180,1
Карлівський	62533	169265	29328	-18906	102904	164,6
Кобеляцький	26271	44134	20615	57860	131124	499,1
Козельщинський	30279	41659	72628	-9004	23825	78,7
Котелевський	45295	60473	42587	32655	71529	157,9
Кременчуцький	5581	40196	21294	23684	42036	753,2
Лохвицький	62276	-162919	-54561	332157	599540	962,7
Лубенський	-8057	7834	14904	-2120	7183	x
Машівський	39562	40614	-25482	-46172	29318	74,1
Миргородський	93284	169723	190820	111226	113083	121,2

Новосанжарський	157809	263105	219298	-47321	63459	40,2
Оржицький	29124	49890	53546	-8956	15665	53,8
Пирятинський	-16208	32596	63569	-20259	29990	x
Полтавський	18780	53105	45426	18284	55573	295,9
Решетилівський	105286	109862	41208	-16837	-62476	x
Семенівський	24154	74979	57673	516	48288	199,9
Хорольський	19549	35693	15879	44565	66515	340,2
Чорнухинський	-1231	6514	6926	-2486	22324	x
Чутівський	37752	30254	23694	28104	57476	152,2
Шишацький	72161	128251	93809	70108	324413	449,6

Сільськогосподарськими підприємствами Полтавського району у 2015 р. від реалізації сільськогосподарської продукції отримано 55,57 млн. грн прибутку, що у 2,95 рази більше рівня 2011 р. Серед 25 районів області Полтавський район за розмірами отриманого чистого доходу займає 12 місце. Рівень рентабельності основної діяльності сільськогосподарських підприємств Полтавської області у 2015 р. (без урахування бюджетних дотацій і доплат) у цілому склав 23,4 % проти 8,3 % у 2014 р. У підприємствах Полтавського району рентабельність виробництва сільськогосподарської продукції має позитивну динаміку – рівень прибутковості галузі зріс за період 2011-2015 рр. на 7,8 в.п. та становив у 2015 р. 18,3 % [1].

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики у Полтавській області Інтернет-видання: [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.poltava.gov.ua>.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» затверджений наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290, з останніми змінами 09.12.2011 р.
4. МСФЗ (IAS) 18 «Виручка». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ade-solutions.com/IFRSPortal/IAS_18_version01.pdf.
5. Податковий кодекс України від 23.12.2010 р. № 2856-VI (2856-17) із внесеними та доповненнями.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV з останніми змінами 06.11.2012 р.
7. Юшко С.В. Категорії валового і чистого доходу; їх історія та майбутнє / С.В. Юшко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 40-44.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

**Фаражалла А.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»
факультету економіки та менеджменту**

Науковий керівник –

Писаренко В.П., доктор наук з державного управління, доцент

Стратегічний план соціально-економічного розвитку є основою для розробки та реалізації цільових програм вирішення найбільш суттєвих, пріоритетних проблем регіонального розвитку, що вимагають міжвідомчого підходу. Найважливішою особливістю стратегічного планування на регіональному рівні є соціальна спрямованість. Природно, що при цьому мають бути відпрацьовані організаційно-управлінські алгоритми «вписування» діяльності установ охорони здоров'я в загальний контекст соціально-економічного розвитку регіону.

Серед медико-соціальних проблем, що потребують невідкладного розв'язання на регіональному рівні, захворюваність населення (табл. 1).

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що кількість зареєстрованих випадків захворюваності в Полтавській області у 2015 році становила 792,1 тис. та була зменшена протягом досліджуваного періоду на 121,1 тис. випадків або 13,3 %, у тому числі на 10 тис. населення на 6308 випадків.

Як засіб вирішення проблеми захворюваності в області запропоновано цільову програму «Покращення здоров'я населення», що включає такі основні розділи:

1. Створення системи моніторингу стану здоров'я населення, що передбачає причинно-наслідковий аналіз чинників, що формують здоров'я населення.

Таблиця 1

Основні показники Департаменту охорони здоров'я Полтавської обласної державної адміністрації, 2013 – 2015 р. [3]

Показники	2013	2014	2015	2015 р. у % до 2013 р.
Кількість лікарів усіх спеціальностей, осіб	6850	6920	6971	101,8
на 10 тис. населення	47	48	49	104,2
Кількість лікарняних ліжок, од.	12623	12362	12311	97,5
на 10 тис. населення	87	86	86	98,8
Кількість зареєстрованих випадків захворювань, тис.	913,2	809,1	792,1	86,7
на 10 тис. населення	61463	55961	55155	89,7

2. Аналіз стану здоров'я населення для розробки програми конкретних заходів.

3. Моніторинг факторів зовнішнього середовища, що справляють найбільше сприятливий вплив на здоров'я.

4. Перелік конкретних заходів зі зниження патогенної дії клімато-екологічних факторів на здоров'я населення.

5. Перелік конкретних заходів зі збільшення техногенної екологічної безпеки.

6. Перелік організаційних заходів з підвищення якості медичної допомоги населенню в комплексі з профілактикою, лікуванням, реабілітацією.

7. Перелік заходів з формування ідеології та навичок здорового способу життя серед керівників, працівників освіти й охорони здоров'я, дітей і молоді.

Ефективне реформування системи охорони здоров'я в цілому, а також на регіональному рівні повинно здійснюватися на сучасній інноваційній основі, що забезпечує конкурентоспроможність галузі й підвищення її ролі у вирішенні соціальних проблем суспільства. А регіональні структури системи охорони здоров'я безпосередньо або за допомогою уповноважених структур повинні сприяти масштабному впровадженню нововведень.

Таким чином, викладені підходи до формування плану соціально-економічного розвитку гарантують урахування медико-соціальних проблем як основні орієнтири розвитку регіону, забезпечують їх комплексне розв'язання на основі інтеграції діяльності різних відомчих служб, а також сприяють коректному використанню програмно-цільового методу й сучасних вимог до управління комплексними цільовими програмами.

Список використаної літератури

1. Солоненко Н. Економіка охорони здоров'я: навч. посіб. / Н.Солоненко . К.: Вид-во НАДУ, 2005. – 416 с.

2. Статистичний щорічник Полтавської області за 2015 рік / за ред. Л. В. Калашник. – Полтава : Головне упр. стат. у Полт. обл., 2016. – 368 с.

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ПІДПРИЄМСТВІ

**Харитоненко І. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
(магістерська програма «Бізнес-адміністрування»),
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Помаз О. М., кандидат економічних наук, доцент**

Ринкова орієнтація аграрного сектора все більше вимагає від керівників підприємств уміння бачити перспективи, приймати ефективні стратегічні управлінські рішення в сформованих ризикованих умовах господарювання, заснованих на системному підході, аналізі зовнішніх і внутрішніх факторів, що прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємства. Істотно зростає роль концептуальних і практично значимих розробок із проблем

прийняття управлінських рішень з урахуванням факторів ризику і невизначеності, що використовують інформаційні технології [1].

На ефективність прийняття управлінських рішень впливають досить багато факторів, серед яких є:

- ієрархія в прийнятті рішень – делегування повноважень по ухваленню рішення ближче до того рівня, на якому є більше необхідної інформації і який безпосередньо бере участь у реалізації прийнятого рішення. У цьому випадку виконавцями рішення є співробітники суміжних рівнів. Контакти з підлеглими, що знаходяться більш ніж на один ієрархічний рівень нижче (вище), не допускаються;

- використання цільових міжфункціональних груп, у яких члени, що входять у їх склад, відбираються з різних підрозділів і рівнів організації;

- використання безпосередніх (прямих) горизонтальних зв'язків при прийнятті рішень. У даному випадку (особливо на початковій стадії процесу ухвалення рішення) збір і обробка інформації здійснюються без звертання до вищестоящого керівництва.

- централізація керівництва при ухваленні рішення. Процес ухвалення рішення повинен знаходитися в руках одного керівника. У даному випадку формується ієрархія в прийнятті рішень: кожен нижчий керівник вирішує свої проблеми (приймає рішення) зі своїм безпосереднім керівництвом, а не з вищестоящим керівництвом, минаючи свого безпосереднього начальника. На даному етапі розвитку економічних відносин процес прийняття рішень на підприємстві стає все більш складним.

Існує широкий спектр методів підтримки прийняття управлінських рішень на підприємстві. Важливим є не тільки їх коректне використання, але й адекватне застосування для конкретної ситуації [2, с. 143]. При розробці та прийнятті управлінських рішень доцільно використовувати наступні методи: традиційні; економіко-математичні; систематизовані та системно-цільові. Традиційні методи необхідно застосовувати тоді, коли рішення приймаються або на основі особистого досвіду й інтуїції керівника, або за результатами спеціальних розрахунків, у тому числі економічних. Цими методами доцільно користуватися для розв'язання задач в умовах визначеності, тобто у типових стандартних ситуаціях. Вони досить поширені в практиці управління. До переваг традиційних методів можна віднести їх простоту та перевіреність тривалим застосуванням. Однак їм властиві недоліки, які виявляються усе сильніше в міру ускладнення виробництва.

Основна функція менеджера – прийняття рішення, чим він може суттєво вплинути на міру досягнення цілей і завдань організації. Прийняття рішення – це фундамент управління. Процес прийняття рішення складається з наступних етапів [3].

- 1) Ідентифікація проблеми. Часто зусилля з розв'язання проблеми можуть бути спрямовані на усунення симптомів проблеми, а не на власне проблему, тому рішення повинно бути звернуте на основну причину проблеми, а не на симптоми її прояву.

2) Визначення мети і критеріїв. Найрозповсюдженіші критерії прийняття рішення: витрати, прибуток, дивіденди, збільшення продуктивності, ризику, імідж підприємства, можливий вплив на попит тощо.

3) Опрацювання альтернативи.

4) Аналіз та порівняння альтернатив.

5) Вибір кращої альтернативи.

6) Реалізація обраної альтернативи.

7) Контроль результатів.

Таким чином, процес прийняття управлінських рішень потребує використання різних методів та складається з декілька етапів. У свою чергу кількість та якість прийняття управлінського рішення залежить від стиля керівника, ситуації, культури організації та інших факторів. Синтезуючи різні компоненти, управлінські рішення виступають способом постійного впливу керуючої підсистеми на керовану (суб'єкта на об'єкт управління), що веде до досягнення поставлених цілей. Це постійна сполучна ланка між двома підсистемами, без якої підприємство як система функціонувати не може. Ця обставина підкреслює визначальне місце управлінського рішення в процесі управління.

Список використаних джерел

1. Мохненко А. С. Система прийняття управлінських рішень на підприємстві в умовах економічної кризи / А. С. Мохненко // Вісник економічної науки України. – 2015. - № 2. – С. 62-65. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2015_2_14

2. Олексів І. Б. Метод прийняття управлінських рішень на засадах компромісного розв'язання / І. Б. Олексів // Актуальні проблеми економіки.– 2004. – №12(42). – С. 142—149.

3. Операційний менеджмент: навчальний посібник / [В. І. Перебийніс, В. В. Писаренко, О. М. Помаз, О. В. Василенко та ін.]; за ред. В. І. Перебийніса. – Полтава: ПДАА, 2008. – 664 с.

ВПЛИВ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

**Хоменко В.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Шульженко І. В., кандидат економічних наук, доцент**

Одним з показників діяльності менеджера є його здібність приймати правильні рішення з усіх функцій управління (планування, організація, мотивація, контроль).

У сфері прийняття рішень Мінцберг виділив чотири ролі керівника: підприємець, спеціаліст з виправлення порушень в роботі, розподілювач ресурсів, спеціаліст з досягнення угод (веде переговори) [1, 29].

Оскільки характер роботи менеджера залежить від рівня управління, який він обіймає, існують і відмінності в характері рішень, які приймають на різних рівнях управління.

Кожна управлінська функція пов'язана з декількома загальними, життєво важливими рішеннями, які потребують втілення в життя. Рішення, які є типовими для функцій управління:

Планування.

1. Яка природа бізнесу (сфера діяльності)?
2. Якими повинні бути наші цілі?
3. Які зміни відбуваються в зовнішньому середовищі і як вони впливатимуть на організацію?
4. Яку стратегію та тактику слід обирати, щоб досягти поставлених цілей?

Організація діяльності.

1. Яким чином слід структурувати роботу організації? Як доцільно збільшити блоки в структурі організації?
2. Як скоординувати функціонування цих блоків, щоб воно відбулося гармонійно без протиріч?
3. Прийняття яких рішень на кожному рівні організації слід довіряти людям, зокрема керівникам?
4. Чи слід змінювати структуру організації через зміни в зовнішньому середовищі?

Мотивація.

1. Що потребують мої підлеглі?
2. Якою мірою задовольняються їхні потреби під час діяльності, що спрямована на досягнення цілей організації?
3. Якщо задоволення роботою та продуктивність праці твоїх підлеглих підвищились, то за рахунок чого це сталося?
4. Що може зробити керівник, щоб підтримати рівень задоволення працею та продуктивність праці підлеглих?

Контроль.

1. Як ми повинні вимірювати результати праці?
2. Як часто слід давати оцінку результатам праці?
3. Яких успіхів досягли підлеглі в досягненні поставлених цілей?
4. Якщо ми недостатньо просунулися в досягненні поставлених цілей, то чому це сталося та які корективи потрібні?

Прийняття рішень – це творчий процес у діяльності керівників, який включає такі стадії:

- постановка цілі;
- вивчення проблеми;
- вибір та обґрунтування критеріїв ефективності та можливих наслідків прийнятих рішень;
- розгляд варіантів рішень;
- вибір та кінцеве формування рішення;
- прийняття рішень;

- доведення рішень до виконавців;
- контроль за виконанням рішень [2, 46].

Під час розгляду процесу прийняття рішень треба враховувати два моменти:

1) приймати рішення, як правило, легко, але хороше рішення прийняти важко;

2) прийняття рішення – це психологічний процес, тому можна стверджувати, що прийняття рішення має інтуїтивний (заснований на судженнях) або раціональний характер.

Інтуїтивне рішення – це вибір, зроблений тільки на впевненості, що він правильний.

Рішення, засноване на судженнях, - це вибір, обумовлений знанням та накопиченим досвідом.

Раціональне рішення відрізняється від інших тим, що воно не залежить від минулого досвіду [3].

Отже, якщо постійно над собою працювати, вивчати інформацію, прислухатися до порад співробітників, то в майбутньому це може принести корисні результати. Керівник покликаний створити в роботі дух творчого пошуку, обміну думкою, здорової критики, пошуку рішення з урахуванням реальної обстановки, а не керуючись правилом взаємних поступок, тиску авторитетом. Уміння вибирати головні, ведучі ланки, що визначає загальний хід розвитку явища, характеризує наукову обґрунтованість того чи іншого рішення. Керівник, виробляючи і приймаючи рішення повинний оцінювати різні варіанти, вибираючи найкращі, головні з них, ключові.

Список використаних джерел

1. Колпаков В. М. Теория и практика принятия управленческих решений [навч. посіб.] / Колпаков В. М. - К. : МАУП, 2000. - 256 с.
 2. Прийняття управлінських рішень. [навч. посіб.] / За ред. Ю. Є. Петруні. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
 3. Полінський О.М. Оцінка ефективності управлінських рішень. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/18_NPM_2008/Economics/34398.doc.htm
-

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ У РОЗРОБЛЕННІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОЇ ГРОМАДИ

**Шаповаленко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Лозинська Т. М., доктор наук з державного управління, професор,
завідувач кафедри публічного управління та адміністрування;**

**Шиян Є. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Сердюк О. І., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри публічного управління та адміністрування**

Загальновідомо, що демократичний розвиток держави передбачає ефективні форми і методи співпраці органів державної влади й місцевого самоврядування з громадськістю, налагодження нових дієвих механізмів зворотного зв'язку, посилення громадського контролю за діяльністю посадових осіб органів влади та підвищення відповідальності останніх тощо. При цьому акцент необхідно робити на місцевому рівні, тому що саме там влада найбільш наближена до населення, з яким повинна плідно співпрацювати, створювати гідні умови для життя громадян та надавати якісні послуги.

Ефективність роботи органів і посадових осіб місцевого самоврядування, своєчасне та якісне виконання доручень громади, надання її членам доступних та якісних публічних послуг значною мірою залежать від наявності дієвого громадського контролю. Як свідчить досвід розвинутих країн світу, громадський контроль забезпечує реальну відповідальність органів місцевого самоврядування за покладені на них обов'язки [1].

Громадський контроль – відносно нова для України форма громадської активності, яка використовується для безпосереднього спостереження громадськими організаціями, ініціативними групами та особами за дотриманням прав і законних інтересів громадян установами та органами державної влади, місцевого самоврядування, а також недержавними інституціями, що виконують публічні функції. Говорячи просто, громадський контроль – це активне спостереження громадянами за тими, хто від нашого імені і за рахунок наших податків управляє країною на всіх рівнях, – від села до столиці [2, с. 185].

Громадський контроль розглядається як інструмент громадської оцінки ступеня виконання органами влади та іншими підконтрольними об'єктами їхніх соціальних завдань. Тобто, характерні відмінності громадського контролю від будь-якого іншого виду контролю лежать у суб'єктно-об'єктній сфері і полягають у тому, що, по-перше, громадський контроль здійснюється

саме громадськістю (організованою та неорганізованою), і, по-друге, що у процесі здійснення громадського контролю контролюється виконання саме соціальних завдань, безпосередньо пов'язаних із захистом і реалізацією прав і свобод громадян, задоволенням та узгодженням соціальних потреб та інтересів населення. З управлінських позицій громадський контроль, як і будь-який інший контроль, є однією з функцій управління. Він здійснюється шляхом зіставлення діяльності підконтрольних об'єктів із певними соціальними нормами, обраними як еталонні, на підставі чого робиться висновок щодо відповідності цієї діяльності встановленим вимогам. Але завдання громадського контролю не зводиться лише до виявлення розходжень між заданими та фактичними результатами.

Серед суб'єктів громадського контролю необхідно зазначити окремих осіб та неформальні об'єднання громадян; громадські організації (моніторингові чи так звані сторожові; правозахисні, екологічні, організації споживачів тощо); засоби масової інформації (телевізійні канали, друковані та електронні засоби, бюро журналістських розслідувань та інші).

У громадському контролі найважливіше – це інформація, а саме – збір та оприлюднення інформації про роботу органів влади і місцевого самоврядування. Ми не зможемо проконтролювати, як працює влада, яку ми обирали, не маючи доступу до інформації про її роботу.

Отже, призначення громадського контролю полягає у запобіганні порушення прав людини; усуненні зловживань, порушень законодавства; привернення уваги органів влади та громадськості до наявних проблем і стимулювання їх вирішення; зростанні якості надання послуг державними та недержавними інституціями; підвищенні публічності та прозорості органів влади та місцевого самоврядування.

Крім того, громадський контроль покращує якість державного та місцевого управління. Через громадський контроль влада отримує зворотній зв'язок від суспільства і може коригувати свої дії, реагуючи на потреби та інтереси мешканців. Влада, яка зацікавлена в підвищенні свого авторитету і в суспільній підтримці своїх дій, не зможе ігнорувати результатів громадського контролю. Зрештою, громадський контроль – це не лише форма активності громадян, а ще й важлива цінність для будь-якого демократичного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Скороход О. Громадський контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування / О. Скороход // Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України. – 2010. – Вип. 1. – С. 182-190. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadu_2010_1_20.

2. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні : [навчально-методичний посібник] / ДП «Укртехінформ». – Київ, 2013. – 250 с.

3. Крупник А. С. Громадський контроль : сутність та механізми здійснення / А. С. Крупник // Теоретичні та прикладні питання державотворення. On-line збірник наук. праць ОРІДУ НАДУ при Президентові України. – 2007. – Вип. № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://novyi-stryi.at.ua/gromkontrol/KRUPNYK_A_pro_grom_kontrol.pdf

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

*Якубенко О.П.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напрямок підготовки «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Осташова В.О., кандидат юридичних наук, доцент*

Електронна комерція – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг. Також під електронною комерцією розуміють будь-які форми ділових операцій, де сторони взаємодіють через електронні технології, а не в процесі фізичного обміну чи контакту. Загалом же електронна комерція – це використання електронних комунікацій та технологій обробки цифрової інформації для встановлення та змін відносин створення вартості між організаціями та між організаціями і індивідами [1, с. 16].

В українському правовому полі питання підприємницької діяльності через Інтернет були врегульовані лише в минулому році з появою Закону України «Про електронну комерцію», який був прийнятий 3 вересня 2015 року [2]. Стаття 4 даного законодавчого акту встановлює перелік послуг, які вважаємо інформаційними електронними послугами:

- розповсюдження реклами;
- створення можливостей для пошуку інформації та доступу до неї;
- передачі та зберігання інформації;
- розміщення інформації на замовлення іншої особи;
- передачі інформації за запитом особи або відправлення комерційних електронних повідомлень;
- вчинення інших дій у сфері електронної комерції.

В той же час, до інформаційних електронних послуг не належать послуги, якщо їх надання:

- здійснюється без використання інформаційно-телекомунікаційних систем;
- за технологією потребує безпосередньої присутності замовника чи постачальника послуг, включаючи послуги, що надаються з використанням електронних пристроїв (медична консультація з оглядом пацієнта, аудит діяльності суб'єкта господарювання тощо);
- передбачає одночасну передачу інформації невизначеному колу осіб (телевізійне мовлення, радіомовлення тощо).

Під електронною комерцією розуміються будь-які форми ділових угод, при яких взаємодія сторін здійснюється електронним способом замість фізичного обміну чи безпосереднього фізичного контакту і в результаті якого право власності чи право користування товаром або послугою передається від однієї особи іншій [3, с. 62].

В Україні в мережі Інтернет функціонує більше 1500 електронних магазинів і торгових майданчиків. Найбільш популярні магазини, торгуючі книгами, програмними продуктами, комп'ютерною технікою. Створюються га-

лузеві торгові майданчики (метал, цінні папери). З'явилися холдинги, що об'єднують ряд Інтернет-магазинів [4, с. 343].

Згідно з різними оцінками, у столиці сьогодні працює близько 200 он-лайн-вітрин, що пропонують ІТ-товари (портативну техніку, комплектуючі і т. п.), а їх сумарне число в регіонах і того менше. Великими продавцями можна вважати лише 20 – 25 інтернет-магазинів, що мають свій офіс, склад і декілька десятків постійних співробітників. Інші – по суті, приватні особи, що нерідко працюють з дому, а деколи навіть одноосібно [4, с. 344].

Фахівці з електронної комерції провели ряд досліджень та вказують [5], що 67% українських інтернет-користувачів відвідують сайти, що працюють в сфері е-commerce. До трійки найбільш відвідуваних е-commerce сайтів України входять:

- OLX.ua (40,4% користувачів);
- Rozetka.com.ua (32,5%)
- Prom.ua (26,5%).

У порівнянні з першою половиною минулого року, в першому півріччі 2016 року товарообіг Prom.ua виріс на 100%, і склав 4 мільярди гривень.

Більшість покупців – молоді люди з вищою освітою, які проживають в містах. Більше половини інтернет-покупців України – люди у віці від 14 до 34 років. Трохи більше 36% з них – жителі міст з населенням понад 500 000 чоловік, 20,5% – проживають в сільській місцевості.

У 2016 році 44% користувачів використовували мобільні пристрої для виходу в Інтернет. З них 9% назвали свої смартфони та планшети основним пристроєм для цієї мети. Більше половини користувачів як і раніше користуються Інтернетом з домашнього комп'ютера. Частка тих, хто використовує мобільні пристрої, продовжує зростати, і зараз вже наблизилася до показника 44 %.

Окремо варто згадати про мобайл як такий. Згідно з даними Google, 39% українських інтернет-користувачів шукають інформацію про товар перед покупкою, за допомогою смартфона. При цьому, на кожні 30 зроблених в Інтернет-магазинах покупок, припадає 8 заявок, оформлених за допомогою мобільного пристрою.

Отже, електронна комерція в Україні має стійку тенденцію до зростання, про що беззаперечно свідчать наведені вище факти реальної участі населення в операціях купівлі-продажу в Інтернет-мережі.

Список використаних джерел

1. Електронна комерція і право : Навчально-методичний посібник / Уклад. А.А. Маєвська; Проект TEMPUS – X. : [Б. в.], 2010. – 256 с.
 2. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 р. № 675-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
 3. Антохонова І. Про використання інформаційних технологій і їх вплив на розвиток економіки / І. Антохонова, О. Полухіна // Питання статистики. – 2010. – № 5. – С. 61 – 67.
 4. Одарченко А. М. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні / А.М. Одарченко, Сподар А.В. // Бізнес-Інформ. – 2015. – № 1. – С.342-346
 5. Електронна комерція в Україні 2016: цифри та факти [Електронний ресурс] // WEB Expert : [сайт]. – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ecommerce-in-ukraine-2016>
-

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ХОЛЬТА В ПРОГНОЗУВАННІ

**Ямчук М.,
здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст»,
спеціальність «Підприємствництво, торгівля
та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Балдінська Н.О., старший викладач кафедри**

Стратегічне планування вирішує у край складне і відповідальне завдання прогнозування майбутніх подій і вибору найбільш переважної стратегії розвитку. Прогнозування будь-якого чинника ринкової ситуації неможливе тільки на основі вивчення тенденції самого чинника, для точнішого прогнозу необхідна побудова моделі, яка відображає велику кількість зовнішніх і внутрішніх чинників.

Для розробки стратегій діяльності підприємства необхідний цілий ряд передбачуваних значень, прогнозування варіантів маркетингових програм, планування рекламних заходів і аналіз їх потенційної ефективності, порівняльний аналіз роботи конкуруючих фірм і визначення тенденцій їх поведінки, потенційний обсяг попиту, вибір і обґрунтування оптимального портфеля замовлень, розрахунок потреби в персоналі, оцінка й вибір потенційних клієнтів, постачальників тощо. Від точності прогнозів залежить успіх діяльності підприємства. Отже, на будь-якому підприємстві виникає завдання застосування методик прогнозування, які найбільш оптимально вирішують поставлені завдання.

У порівнянні із методами ковзних середніх, де задіяні лише найбільш „свіжі” дані, в методі простого експоненційного згладжування застосовується зважене (експоненційно) ковзне усереднення усіх попередніх даних. Ця модель частіше за все застосовується до даних, про які попередньо не відомо, чи мають вони тренд. Метою такого підходу є оцінка поточного стану, результати якої і визначатимуть усі наступні прогнози.

Згладжування – це спосіб, що забезпечує швидке реагування прогнозу на усі події, що відбуваються у період представлення базової лінії. Розглянуті раніше функції застосовують до усіх точок прогнозу одну й ту ж формулу. Через це важко досягнути швидкої реакції на зсуви у рівні базової лінії. Згладжування надає дуже дієвий спосіб розв’язання цієї проблеми.

Експоненційне згладжування передбачає постійне оновлення моделі за рахунок найсвіжіших даних. Цей метод базується на усередненні (згладжуванні) часових рядів попередніх спостережень у спадаючому (експоненційному) напрямку.

У методі простого експоненційного згладжування вважалося, що рівень значень часових рядів змінюється рідко, тому у ньому необхідна оцінка лише поточного рівня. У деяких випадках дані спостережень можуть мати помітний тренд, тобто включати інформацію, яка дозволяє враховувати можливі

майбутні підвищення. Тобто, якщо у часових рядах існує тенденція до зростання, то поряд із оцінкою поточного рівня необхідно зробити й оцінку нахилу.

У методиці Хольта згладжуються безпосередньо значення рівня і нахилу, причому, для кожного з них використовуються різні сталі згладжування.

Метод Хольта базується на трьох рівняннях:

$$\hat{y}_{t+k} = L_t + kT_t,$$

де $L_t = \alpha \cdot y_t + (1 - \alpha) \cdot (L_{t-1} + T_{t-1})$, $T_t = \beta \cdot (L_t - L_{t-1}) + (1 - \beta) \cdot T_{t-1}$.

Метод Хольта дозволяє прогнозувати на k періодів часу вперед. Значення сталих згладжування α і β знаходяться у межах від 0 до 1. Змінна L_t вказує на довгостроковий рівень значень чи базове значення даних часового ряду (нова згладжена величина). Змінна T_t вказує на можливе зростання чи спадання значень за один період (оцінка тренду).

Успішне застосування методів прогнозування висуває серйозні вимоги до побудови баз даних, а також до якості інформації, що міститься в них. На жаль, багато вітчизняних підприємств не можуть поки що скористатися новітніми технологіями обробки інформації саме через некоректну організацію своїх даних. Тому у першу чергу виникають завдання проектування стратегічної бази даних, що потребує великих трудових і матеріальних витрат. Проте віддача від упровадження сучасних методів прогнозування досить велика.

Список використаних джерел:

1. Гливенко С. В. Економічне прогнозування : навчальний посібник / С. В. Гливенко, М. О. Соколов, О. М. Теліженко. – Суми: В-во «Університетська книга». – 2001. – 207 с.
 2. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. – 2-е вид., доп. перероб. – К. : Центр навчальної літератури. – 2004. – С. 126-143.
 3. <http://www.lokad.com/>.
-

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТУ КОНТРОЛІНГУ В СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

*Яремчук М.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Комаріст О.І., кандидат економічних наук, доцент*

Контролінг – один з найновіших інформаційно-економічних напрямів розвитку підприємства. В наші дні господарювання інтерес до нього проявляється у все більше, до чого привела поява значної кількості перекладених видань з питань фінансів, ціноутворення, обліку тощо[1].

Система контролінгу — це нова концепція інформації і управління, котру можна визначити обліково-аналітичною системою, що реалізує синтез

елементів контролю, обліку, планування, що забезпечує оперативне і стратегічне управління процесом досягнення цілей і результатів діяльності підприємства.

Поява даного наукового напрямку викликана переосмисленням значення та ролі менеджменту в сучасному бізнесі. Якщо до цього моменту управління пов'язувалося, в основному, з вирішенням поточних справ на підприємстві, то в умовах загострення конкурентної боротьби і нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому функціонує підприємство і доводиться працювати менеджерам, управління пов'язується з успішністю діяльності його та забезпеченням тривалого існування[1].

Витоки контролінгу лежать у сфері державного управління. Вже у XV ст. при дворі англійського короля існувала посада countrollour, в обов'язки якої входили документування і контроль грошових і товарних потоків. В XIX ст. «контролінг» як характеристика сфери задач на підприємстві став використовуватися в США. Проте широкий розвиток контролінгу розпочався тільки з 20-х років XX століття [2].

В Україну термін «контролінг» прийшов з європейських країн на початку 90-х років XX ст. Це пов'язано з переходом країни до ринкових відносин та необхідністю заміни внутрішнього обліку на ефективну систему прийняття управлінських рішень. [3].

Нині існує неоднозначність трактувань, що характеризують внутрішній зміст даного поняття, наприклад: "управлінський облік", "внутрішньогосподарський облік", "контролінг". Одні перекладачі і автори вважають наведені поняття і об'єктивні явища господарської практики західних підприємств, що за ними криються, рівнозначними за змістом, інші ж – навпаки.

Неможливо відривати поняття і терміни від національного підґрунтя. Не зважаючи на походження слова "контролінг" (від англійського "to control" - контролювати, управляти), в англійських країнах використовується термін "управлінський облік", хоча працівників, в обов'язки яких входить формування інформації щодо управління, називають контролерами. У теорії на практиці управління німецькими підприємствами поняття "управлінський облік" відсутнє. Бухгалтерія чітко поділяється на фінансову і виробничу, внаслідок чого у ФРН використовують англійський термін "controlling", яким позначено нове явище в управлінні підприємством.

Термін "контролінг" в зарубіжній літературі розуміють як спеціально сконструйовану систему основу на інтеграції методів планування, аналізу, нормування, обліку, контролю та управління, що забезпечує отримання, опрацювання та узагальнення інформації щодо діяльності підприємства. Така система разом з вирішенням оперативних завдань орієнтується також на стратегічні цілі.

Відомо досить широке та загальне розуміння контролінгу як концепції економічного управління підприємством, що направлена на виявлення шансів та ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в умовах ринку.

Можна відмітити такі основні специфічні особливості контролінгу, як:

– синтез оперативних фінансово-економічних розрахунків та стратегічних рішень;

– нова орієнтація фінансово-економічних розрахунків для прийняття економічно обґрунтованих рішень;

– новий зміст традиційних функцій управління: планування, контроль, інформаційне забезпечення, що утворюють ядро контролінгу як концепції управління;

– новий психологічний зміст ролі планово-економічних служб на підприємстві.

Отже, визначень можна зробити висновок, що взагалом контролінг носить систематичний характер і зорієнтований на процес прийняття управлінських рішень щодо досягнення кінцевої мети діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Давидович І.Є. Контролінг: Навчальний посібник. - к.: Центр учбової літератури, 2008. - 552 с.

2. Арефєва О.В., Дякон Л.Л. Історія виникнення контролінгу та сутність контролінгу бізнес – процесів / О.В. Арефєва, Л.Л. Дякон // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8 (62). – С. 165 – 171.

3. Григораш І.О. Контролінг як сучасна система управління підприємством // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11 (113). – с. 96 – 107.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ВИТРАТ

*Ярмош В.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Самойлик Ю.В., кандидат економічних наук, доцент*

Управління витратами у СТОВ “Агрофірма “Оржицька” передбачає виконання всіх функцій управління, тобто функції повинні реалізовуватись через елементи управлінського процесу: прогнозування, планування, нормування, організація, калькулювання, мотивація та стимулювання, облік, аналіз, регулювання та контроль витрат

Виконання всіх функцій управління по всіх елементах – це взаємодія керуючої підсистеми (суб’єкт управління) на керовану підсистему (об’єкт управління). Суб’єктами управління витратами є керівники, менеджери, спеціалісти, бухгалтери підприємства, які беруть участь у виконанні окремих функцій або елементів управління витратами. Об’єктами управління є витрати на виробництво, реалізацію продукції.

Оцінка прибутковості завершує цикл господарської діяльності підприємства. Коли йдеться про оцінку прибутковості, необхідно провести оцінку різноманітних даних. Існування даних залежить від ретельності роботи оріє-

нтованого на результат керівника. Застосування методів раціоналізації вибору, таких як аналіз витрат, допомагає орієнтованому на результат керівнику розробити різні показники для оцінки прибутковості господарської діяльності підприємства. Так, показники співвідношення витрат та доходів є потужною основою для вирішення ключових питань порівняльної прибутковості. Проаналізуємо фінансово-економічні результати діяльності підприємства за такими показниками, як обсяг валового та чистого доходу, прибуток та рентабельність, а також проаналізуємо показники його фінансової стійкості та незалежності від зовнішніх кредиторів (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка показників ефективності господарської діяльності
СТОВ “Агрофірма “Оржицька”, 2012-2016 рр., тис. грн**

Показники	Роки					2016 р. до 2012 р., %
	2012	2013	2014	2015	2016	
Валовий дохід від реалізації продукції	51253	57570	61057	72594,2	84654,7	165,2
у т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь	1050,7	1190,9	1281,6	1501,7	1777,0	169,1
на 1 середньорічного працівника	147,3	160,8	170,1	202,8	235,8	160,1
на 1000 грн основних виробничих засобів	1052,2	1051,0	1044,3	1325,3	1447,9	137,6
Чистий дохід від реалізації продукції	42711	47976	50879	60493	70543	165,2
у т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь	875,6	992,5	1068,0	1251,4	1480,8	169,1
на 1 середньорічного працівника	122,7	134,0	141,7	169,0	196,5	160,1
на 1000 грн основних виробничих засобів	876,9	875,8	870,2	1104,4	1206,5	137,6
Собівартість реалізованої продукції	31423	35429	43529	51227	61290	195,0
Валовий прибуток від реалізації продукції	11288	12547	7350	9266	9253	82,0
у т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь	231,4	259,6	154,3	191,7	194,2	83,9
на 1 середньорічного працівника	32,4	35,0	20,5	25,9	25,8	79,6
на 1000 грн основних виробничих засобів	231,7	229,1	125,7	169,2	158,3	68,3
Чистий прибуток	10734	6545	7938	4521	4330	40,3
у т.ч. на 100 га сільськогосподарських угідь	220,0	135,4	166,6	93,5	90,9	41,3
на 1 середньорічного працівника	30,8	18,3	22,1	12,6	12,1	39,2
на 1000 грн основних виробничих засобів	220,4	119,5	135,8	82,5	74,1	33,6
Рівень рентабельності, %	34,2	18,5	18,2	8,8	7,1	x

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що господарська діяльність підприємства є прибутковою. Так, валовий дохід у 2016 р. склав 84654,7 тис. грн, що на 33401,7 тис. грн (65,2 %) більше, ніж у 2012 р. У тому числі в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь цей показник збільшився на 726,3 тис. грн (або на 69,1 %), на одного середньорічного працівника – на 88,5 тис. грн (або на 60,1 %), у розрахунку на 1000 грн основних виробничих засобів виробництво валового доходу збільшився на 395,7 тис. грн (або на 37,6 %), що також свідчить про повільне введення основних засобів у виробництво і низьку їхню фондвіддачу.

Діяльність підприємства є прибутковою та рентабельною, ці показники у 2016 р. становили відповідно 4330 тис. грн та 7,1 %. Однак порівняно з 2012 р. рівень рентабельності підприємства зменшився на 27,1 п.п. Проведений аналіз підкреслює актуальність пошуку резервів зниження витрат у досліджуваному підприємстві.

Список використаних джерел

1. Саблук П.Т. Вартість і ціноутворення в розвитку аграрної економіки / П.Т. Саблук // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 52. – Харків: ХНТУСГ, 2007 р. – С.3-9.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР

**Ярошенко А.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Спеціаліст»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту**

Науковий керівник –

Олійник Є.О., кандидат економічних наук, старший викладач

Стратегічним напрямом розвитку аграрного сектора й економіки України у сьогоднішніх складних економічних умовах є технічні культури як одні з небагатьох видів сільськогосподарської продукції, що забезпечують виробників стабільними доходами та високою економічною ефективністю. Разом із тим складний стан сільського господарства в цілому спричиняє неповне використання наявного виробничого потенціалу і навіть його руйнування.

Нехтування науково-обґрунтованими системами землеробства, парцеляція земель, знищення матеріально-технічної бази, систем меліорації та іригації земель, економічної інтеграції та міжгосподарської кооперації, що відбулися протягом останніх десятиріч під час аграрної реформи, яка триває і досі, в жодній мірі не сприяли ані підвищенню обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, ані поліпшенню фінансово-економічного стану сільськогосподарських виробників, ані зростанню добробуту селян.

Але за рахунок деінтенсифікації виробництва було створено потужний потенціал, достатній не лише для нарощування обсягів виробництва сільсь-

когосподарської продукції і, зокрема, технічних культур, але достатній і для якісних змін. Адже замість фактично знищеної системи сільського господарства тепер можливим є створення нової системи сільськогосподарського виробництва, з парком сучасних сільськогосподарських машин і на основі землі, не забрудненої рештками хімічних засобів захисту і догляду за рослинами.

Разом із тим є актуальними і традиційні підходи до підвищення економічної ефективності виробництва технічних культур. Це інтенсифікація сільськогосподарського виробництва, відновлення науково-обґрунтованих систем землеробства, найбільшою мірою адаптованих до природно-кліматичних умов територій, де ведеться господарювання, систем зональної спеціалізації, міжрегіональної кооперації та інтеграції.

Основне завдання сільського господарства полягає в забезпеченні зростання і сталості виробництва для повнішого задоволення потреб населення в продуктах харчування і промисловості – в сировині. На сьогодні проблема підвищення ефективності агропромислового виробництва є визначальним фактором економічного і соціального розвитку суспільства.

Розвиток технічних культур відбуваються на основі підвищення економічної ефективності їх виробництва. За цих умов забезпечується збільшення валової і товарної продукції технічних культур, зміцнюється матеріально-технічна база галузі.

Економічна ефективність виробництва технічних культур характеризується системою таких показників:

- * урожайність;
- * затрати праці на 1 ц продукції або виробництво продукції в розрахунку на 1 люд. - год.;
- * собівартість 1 ц продукції;
- * ціна реалізації 1 ц продукції;
- * прибуток в розрахунку на 1 ц продукції; на 1 люд.-год.; на 1 га посівної площі;
- * рівень рентабельності.

Література

1. Азізов С. П. Організація аграрного виробництва і бізнесу: підр. [для студ. вищ. навч. закл.] / С. П. Азізов, К. П. Канінський. – К.: Фенікс, 2006. – 790 с.
 2. Андрійчук В. Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 52–63.
 3. Андрієнко О. Не такий страшний соняшник, як його малюють / О. Андрієнко, А. Андрієнко, І. Семеняка // Агробізнес сьогодні. – 2011. – № 11. – С. 5–12.
 4. Бондар В. Ринок цукру України у контексті функціонування світових цукрових ринків. / В. Бондар, А. Задворний / Економіка України. – 2000. – № 7. – С. 61–65.
 5. Бондур Т. О. Екологізація виробництва продукції рослинництва як фактор поліпшення її якості / Т. О. Бондур // Економіка АПК. – 2008. – № 6. – С. 39–43.
 6. Варченко О. М. Аналіз виробничих можливостей вітчизняної цукрової промисловості та провідних країн світу / О. М. Варченко // Економіка АПК. – 2003. – № 9. – С. 12–15.
 7. Власов В. І. Підтримка сільгоспвиробників у зарубіжних країнах / В. І. Власов // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 22–26.
-

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОФОРМУВАННЯ

*Грига С. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Воронько-Невіднича Т. В., кандидат економічних наук, доцент

Загальновідомим є той факт, що управління маркетинговою діяльністю є складнішим інших його форм, це обумовлено тим, що використання окремих елементів і засобів маркетингу в АПК має особливості, пов'язані зі специфікою самого сільськогосподарського виробництва та особливостей галузі в цілому, що вимагає пошуку ефективних інструментів оперативного пристосування можливостей підприємства до ринкових умов.

Сучасна економічна ситуація, що характеризується стрімким вдосконаленням технологій, загостренням конкуренції і зростанням вимог покупців, визначає необхідність пошуку нових підходів до управління аграрними підприємствами. Управлінські рішення у сфері маркетингу стають однією з найбільш важливих складових управлінської діяльності. Ці рішення істотно впливають на функціонування аграрних підприємств.

Несприятливими для українських аграрних підприємств є чинники зовнішнього середовища, які багато в чому пов'язані з нерозвиненістю ринкових відносин в Україні (хоча країна і визнана такою, що має статус ринкової економіки), недосконалістю інфраструктури аграрного ринку, станом економіки, суперечливим характером українських реформ та недосконалістю законодавства [3].

Дослідження світового досвіду розвитку маркетингу вказують, що головними тенденціями на сучасному етапі є:

- 1) адаптація агропромислового комплексу до мінливих ринкових умов, новим технологіям, державному регулюванню та інших факторів;
- 2) розвиток вертикальної інтеграції і тенденцій до злиття однорідних компаній, поєднанню різних рівнів і функцій маркетингу в межах однієї компанії;
- 3) зміни в структурі потоку агропромислової продукції та продовольства по каналах реалізації, розширення прямих торгових зв'язків фермерів з великими оптовиками, які контролюють кількість і якість продукції;
- 4) функціонування інформаційних служб і рухів споживачів, які мають сильний вплив на діяльність товаровиробників.

Підвищити ефективність маркетингової системи можна шляхом:

- налагодження безпосередніх контактів між сільгоспвиробниками і споживачами. Крім збуту продукції це дає ще чимало переваг, зокрема, створює можливості для зростання доходів шляхом елімінування посередників, а також одержання доходів із підготовки продукції до продажу;

- організація маркетингової діяльності повинна спрямовуватися на розвиток підприємницької ініціативи, що передбачає розробку конкурентоспроможних ідей, їх оперативну реалізацію в практичній діяльності;

- в основу виробничої та ринкової стратегії новоутворених агроформувань має бути покладена концепція життєвого циклу продукту, яка би визначала момент його входження на ринок, пік виробництва та продажу, а також необхідність заміни існуючого продукту новим, конкурентоспроможнішим (збільшення частки на ринку екологічно чистої продукції) [1].

Адаптація маркетингової діяльності і всієї системи управління аграрних підприємств до мінливих зовнішніх і внутрішніх економічних умов може відбуватися за допомогою, наприклад, таких шляхів як підвищення агресивності маркетингової діяльності, прискорення темпів розробки нових видів продукції; підвищення достовірності ринкових прогнозів; перехід до мікро-сегментаційних стратегій, перехід від маркетингу одноразових трансакцій до маркетингу довгострокових відносин; пошук інформації щодо нових потреб споживачів та відповідна модифікація маркетингових стратегій та інших [4].

Вибір одного з цих напрямів залежить перш за все від зміни, яка відбувається в економіці. У рамках цих схем маркетингових стратегій в аграрних підприємствах ретельно аналізується динаміка кон'юнктури ринку, наявність і якісний склад робітників і спеціалістів, можливі джерела фінансових і матеріальних ресурсів. Здійснюється взаємодія з державними організаціями та підприємствами галузі АПК, виявляються основні конкуренти тощо [2].

Ефективне управління маркетинговою діяльністю допоможе при інтеграції зусиль сільськогосподарських товаровиробників, підприємств переробної промисловості і торгівлі на стадіях реалізації продукції, визначення характеру і масштабів її виробництва, шляхів рентабельного використання потужностей підприємств, сприятливих умов просування продукції з врахуванням максимального задоволення потреб реальних та потенційних кінцевих споживачів.

Список використаних джерел

1. Артимонова І. В. Формування та розвиток системи агромаркетингу [Електронний ресурс] / І. В. Артимонова. – Режим доступу: http://tezy.btsau.edu.ua/files/x_xrh1dzug.pdf.

2. Єрохін К. Я. Деякі аспекти забезпечення економічної ефективності агромаркетингової діяльності підприємств. «Ринкова трансформація економіки АПК»: Кол. монографія у чотирьох частинах / За ред. П. Т. Саблука, В. Я. Амбросова, Г. Є. Мазнева. Ч. 4. Стабілізація доходів сільських товаровиробників. – К. : ІАЕ, 2002.

3. Соловійов І.О. Організації маркетингової діяльності в АПК / І. О. Соловійов, М. М. Степанова // Науково-практичні основи агромаркетинг у : наук.-метод. вид. – Херсон : Айлант, 2007. – С. 55-62.

4. Туболець К. В. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / К. В. Туболець // Наукові праці. Державне управління. – Вип. 174. Том 186. – С. 129–132. – Режим доступу: <http://official.chdu.edu.ua/article/viewFile/98613/93840>

ПОЛІПШЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Кобченко О. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Економіка підприємства
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Демиденко Л. М., кандидат економічних наук, доцент*

Маркетингова діяльність є невід'ємною частиною кожного підприємства, що займається виробництвом і збутом продукції. Сьогодні багато підприємств зіштовхуються з проблемами реалізації й подальшого просування продукції. Серед головних причин такого становища можна зазначити низький рівень поінформованості споживачів щодо запропонованої їм продукції, умов виробництва, конкурентних переваг та характеристик. Сучасний розвиток конкуренції є досить стрімким, а тому недостатньо використовувати лише традиційні методи продажу з метою реалізації продукції, необхідно також оперативно знаходити місце на ринку для власної продукції, перемагати конкурентів і якнайкраще задовольняти потреби існуючих та потенційних споживачів.

Виконані дослідження практики формування та функціонування системи маркетингу на вітчизняних підприємствах дали змогу виявити такі типові недоліки, як відсутність системного комплексного підходу до побудови підрозділу маркетингу; переважне застосування окремих моделей маркетингу (міжнародного та торгового); використання окремих функцій маркетингу; обмеженість вірогідної порівнюваної інформації, необхідної для розвитку внутрішнього маркетингу; низький рівень знань і культури у використанні маркетингу тощо.

До основних причин, що викликали вказані недоліки, належить випередження розвитку практики, і як наслідок, відсутність відповідних науково-практичних розробок з формування та удосконалення організації маркетингової діяльності в підприємстві, методичних вказівок щодо виконання маркетингових функцій, кваліфікованих кадрів тощо [1].

Автори [2] здійснили спробу скласти певну формулу або схему дій, яка б була універсальною для удосконалення маркетингової діяльності:

- 1) фокусування на максимальному задоволенні потреб споживачів як перша і головна мета господарської діяльності підприємства;
- 2) перегляд, уточнення або визначення нового цільового споживача;
- 3) глибше дослідження споживчого тренду;
- 4) визначення конкретних маркетингових бізнес-процесів, у яких допущена помилка, виправлення даної помилки та удосконалення цих бізнес-процесів, за наявності необхідної кількості фінансових ресурсів впровадження маркетингових інновацій;

- 5) оптимізація комунікаційного процесу із споживачем;
- 6) створення ефективнішої рекламної кампанії (зміна засобів поширення реклами; зміст рекламних оголошень);
- 7) якщо виконані дії не призвели до очікуваного результату, то необхідно розробити нову маркетингову стратегію.

Узагальнюючи вищенаведене, зауважимо, що саме за такої схеми дій різні підприємства зможуть вдосконалювати свою маркетингову діяльність.

Список використаних джерел:

1. Дубодєлова А. В. Алгоритм процесу удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві / А. В. Дубодєлова // Львівська політехніка. Львів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8613/1/04.pdf>
 2. Тараненко І. В. Шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства / І. В. Тараненко, О. В. Демяновська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75440>.
-

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

*Комарова Т. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –*

Воронько-Невіднича Т. В., кандидат економічних наук, доцент

Стратегічна маркетингова діяльність вітчизняних підприємств має ряд специфічних аспектів, зокрема Н. В. Бутенко [1] основними рисами маркетингу в Україні вважає: нерозвиненість ринкових відносин, суперечливий характер українських реформ; утруднене проведення стратегічного маркетингу через невідповідний стан економіки; акцентування уваги більшості підприємств на продукт, а не на споживача; на ряді ринків монополія продавця не враховує інформованість споживача; формування прошарку професійних маркетингологів знаходиться в стадії зародження; існує неврегульованість законодавчої бази з питань захисту прав споживачів тощо.

Аналіз сучасного маркетингу, дозволяє виділити деякі тенденції його розвитку, на які керівникам українських підприємств слід звернути увагу:

- орієнтованість на споживачів – зміщення центру уваги з частки ринку, прибутку, конкурентів на споживача як джерела конкурентних переваг, прибуткової діяльності, лідерства на ринку;

- міжфункціональна інтеграція стратегічного процесу – концептуально сучасні підходи, що передбачують інтегрованість маркетингу, фінансів, менеджменту персоналу, досліджень та розробок, корпоративного менеджменту, а не узгодженості і впровадження функціональних стратегій в загальнокорпоративну;

- довготермінова спрямованість – збільшення часового горизонту стратегічного планування з орієнтацією на майбутні (ще не існуючі) ринки та тенденції розвитку галузей;

- інтелектуалізація стратегічного процесу – збільшення ролі знань в керуванні стратегічних ідей й прийнятті рішень – нелінійних інновацій, відхід від операційно-матричного підходу та готових конструктів;

– демократизація процесу розробки та реалізації стратегії – залучення співробітників всіх управлінських рівнів до стратегічного процесу, посилення стратегічної орієнтації підприємства на основі імплементації стратегічних поглядів у корпоративну культуру компанії;

– комп'ютерне моделювання стратегічних рішень – перехід від комп'ютеризації, традиційного використання комп'ютерів для обробки даних до побудови моделей майбутніх стратегій, використання комп'ютерних експертних систем на всіх стадіях стратегічного процесу [2].

Розв'язання існуючих проблем маркетингової діяльності вимагає застосування сучасних механізмів та алгоритмів на постійній основі зі сторони як управлінців підприємств, так і підтримки з боку держави.

Список використаних джерел

1. Бутенко Н. В. Основи маркетингу [Електронний ресурс] : [підручник] / Н. В. Бутенко. – Режим доступу : – <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3>.

2. Нарольська В. Проблеми розвитку сучасного менеджменту і маркетингу [Електронний ресурс] / В. Нарольська. – Режим доступу до матеріалу: http://sophus.at.ua/publ/2011_11_15_16_kampodilsk/section_5_2011_11_15_16/problemi_rozvitku_suchasnogo_menedzhmentu_i_marketingu/7-1-0-154.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Плескач О. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту*

*Науковий керівник –
Махмудов Х. З., доктор економічних наук, професор*

Динамічний розвиток та необхідність реформування економіки України обумовили формування нового маркетингового підходу до рішення проблем управління виробництвом й реалізацією товарів і послуг.

Важливості набуває правильно обрана маркетингова стратегія. Стратегія маркетингу – раціональна, логічна побудова, керуючись якою організаційна одиниця розраховує вирішити свої маркетингові задачі. Вона включає до себе конкретні стратегії по цільовим ринкам, комплексу маркетингу та рівню витрат на маркетинг. Це має враховувати оцінка зміненої структури управління, доповнена показниками двох груп:

1) швидкості обробки і отримання інформації, яка необхідна та достатня для прийняття рішень;

2) використання інформаційної технології.

Проте, варто зазначити, що при формуванні та реалізації маркетингової діяльності фахівці аграрних підприємств стикаються з низкою проблем як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Спробуємо виділити причини та помилки, які при цьому допускаються:

- нехтування освітою. На багатьох підприємствах склалася тенденція до «вирощування» кадрів. У цілому це позитивне явище гіпертрофувалося в не-повазі до освіти. Багато керівників віддають перевагу людині з досвідом роботи на певному ринку, хоча й без відповідної освіти. Як наслідок, доводиться займатися підвищенням його кваліфікації, оплачуючи високовартісні тренінги. В результаті можна одержати фахівця, який не вміє орієнтуватися на ринку в цілому, чим, природно, посилюються наслідки кризи зростання підприємства.

- перехід українських підприємств на принцип маркетингу. Проблемі впровадження маркетингу в діяльність українських підприємств присвячено багато статей, дисертацій та науково-практичних конференцій, проте цей процес іде повільно. Досвід спілкування з керівниками українських компаній за принципом розуміння маркетингу їх можна поділити на 3 умовні групи. Перші вважають маркетинг чарівною паличкою, яка може враз вирішити всі проблеми підприємства. Представники другої групи, навпаки, зовсім не вірять у маркетинг і вважають його недоцільним. Вони зосереджені виключно на собівартості та суто технічних характеристиках продукції. Третя група відкидає стратегічний маркетинг і використовує лише елементи операційного. Їх позиція зводиться до твердження: «Я не хочу чути про кон'юнктуру ринку і стратегії, я випускаю продукцію, і Ви мені скажіть, як її збути» або до розробки елементів стратегії збуту і просування. Таке однобоке розуміння маркетингу, відсутність цілісної маркетингової стратегії підприємства призводить до зниження ролі маркетингу і формування його негативного іміджу і, як наслідок, зниження ефективності роботи підприємства на ринку.

- вихід великих іноземних компаній на український ринок. Ситуація на багатьох ринках в Україні змінилася з виходом на них іноземних компаній. З одного боку, це – позитивне явище, що активізує конкуренцію на ринку, примушує українські підприємства перейти на сучасні методи управління. З іншого ж – вихід іноземних підприємств нерідко супроводжується інвестиційними пригніченнями, впливом кадрів з вітчизняних підприємств, закриття компанії. У такій ситуації необхідна зміна пріоритетів в економічній політиці держави у цілому.

- визначення та усвідомлення власної ринкової місії та маркетингової стратегії. Практика свідчить, що на значній частині українських підприємств не тільки співробітники нижчих ланок, а й керівники не можуть відповісти на запитання, в чому полягає місія компанії, з чого складається її маркетингова стратегія?! Справа тут не в тому, що вище керівництво чи власники приховують це. Часто компанії не мають чітко окресленої місії, стратегічного бачення бізнесу. Звідси і виникають проблеми неоптимальних організаційних

структур, відсутності ринкової стратегії, бачення конкретних цілей і напрямів розвитку підприємства.

- оптимізація організаційних структур. Серед найпоширеніших помилок при формуванні організаційних структур українських компаній можна виділити такі: відсутність чіткої структури управління компанією, формалізованої ієрархії; дуже багато горизонтальних зв'язків [2].

Саме такі обставини уповільнюють розвиток маркетингу у практичному аспекті та знижують його ефективності та результати господарювання.

Список використаних джерел

1. Ліганенко І. В. Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства за умови стратегічних змін [Електронний ресурс] / І. В. Ліганенко. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3370>

2. Нарольська В. Проблеми розвитку сучасного менеджменту і маркетингу [Електронний ресурс] / В. Нарольська. – Режим доступу до матеріалу: http://sophus.at.ua/publ/2011_11_15_16_kampodilsk/section_5_2011_11_15_16/problemi_rozvitku_suchasnogo_menedzhmentu_i_marketingu/7-1-0-154.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Дерев'янко Є. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування
(за видами економічної діяльності)»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Махмудов Х. З., доктор економічних наук, професор*

Підприємства з переробки сільськогосподарської продукції складають один із найважливіших галузеутворювальних блоків АПК і виступають сполучною ланкою між іншими складовими. Всі вони постійно перебувають у тісних взаємозв'язках і взаємообумовленостях одні з одними, забезпечуючи цілісний розвиток усього агропромислового комплексу. Сталий розвиток переробних підприємств неможливий без їхнього маркетингового забезпечення, тобто здійснення комплексу методів та інструментів з доведення власної продукції до кінцевого споживача, маючи метою отримання прибутку. Підприємства з переробки сільськогосподарської продукції традиційно визначають основним завданням маркетингу дослідження й задоволення потреб споживача, розглядають його як провідну філософію організації [4].

Суть маркетингового забезпечення діяльності підприємств полягає у використанні комплексу маркетингу, розробленого на основі інструментів маркетингу, що поєднані відповідними способами та маркетингової концепції, на яку орієнтовані ці підприємства.

Головними інструментами маркетингу, що становлять основу розробки комплексу маркетингу є [1; 2, с. 22]:

- продукт (розроблення відповідних заходів стосовно зміцнення та покращення конкурентних властивостей товарів);
- ціна (визначення та відповідно встановлення такої ціни на продукцію, яка би повністю покривала витрати на її виробництво та забезпечувала підприємство прибутком);
- місце (створення відповідних каналів збуту продукції з метою доведення її до кінцевого споживача);
- просування (формування відповідної системи стимулювання збуту);
- працівники (підбір кваліфікованих працівників, функції яких полягатимуть в управлінні маркетингом на підприємствах).

Систему маркетингового забезпечення переробних підприємств ще називають агромаркетингом. Агромаркетинг – передбачення, управління і задоволення попиту на товари і послуги, організації, людей, території та ідеї за допомогою обміну в агробізнесі [3, с. 102]. В основі агромаркетингу лежить отримання максимального прибутку від виробництва і реалізації продукції з мінімальним комерційним ризиком. Основна функція агромаркетингу – організація комплексної діяльності з виробництва і збуту продукції з врахуванням проведення інноваційної політики, спрямованої на створення продукції, що задовольняє потреби споживача і дозволяє вести діяльність підприємства з найбільшою рентабельністю.

Завданнями агромаркетингу можна визначити наступні:

- охоплення певної частки ринку споживачів, її задоволення і розширення у відповідності з цілями виробника;
- орієнтація на довгострокові результати ринкової діяльності;
- застосування тактики активного пристосування виробництва до вимог споживачів;
- цілеспрямований вплив на споживачів для зростання обсягів продажу і отримання очікуваного прибутку.

Тож, зазначимо, що ефективне функціонування підприємств з переробки сільськогосподарської продукції напряму залежить від рівня організації маркетингового забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг. – [2-е изд.]. – М. и др.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 944 с.
 2. Скриньковський Р. М. PS-маркетинг: соціальні основи та система управління / Р. М. Скриньковський, Т. Б. Процюк // Економіка. Фінанси. Право: інформац.-аналіт. журнал. – 2013. – № 8/1. – С. 12-26.
 3. Соловійов І.О. Організаційні рішення в системі агромаркетингу / Соловійов І.О. // Економіка АПК. – 2006. - № 10. – С. 98-103.
 4. Хома В.П. Маркетингове забезпечення підприємств з переробки сільськогосподарської продукції / В. П. Хома // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 113. — Харків : ХНТУСГ. – 2011. — 505 с. – http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_113/60.pdf.
-

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ АГРОФОРМУВАННЯ

*Сапа Т. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Махмудов Х. З., доктор економічних наук, професор*

За сучасних умов важко переоцінити вплив агропромислового комплексу на функціонування вітчизняної економіки. У свою чергу, від ефективного господарювання аграрних підприємств залежить робота інших складових агрокомплексу. Саме тому така пильна увага приділяється дієвим механізмам, методам та підходам до управління підприємствами.

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

Будь-яка система – це сукупність елементів, які знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, що формують певну цілісність та єдність. Сутнісним положенням системи виступає нова якість, що виникає завдяки поєднанню елементів в єдине ціле. Якісно нові властивості системи маркетингу проявляються в об'єктах різних соціально-економічних рівнів, які відмінні між собою за масштабами, функціями, структурами організації та управління, ресурсним потенціалом, кількістю та параметрами структурних одиниць й іншими характеристиками.

Тому система маркетингу сільськогосподарського підприємства являє собою внутрішньо організовану по відношенню до зовнішнього середовища сукупність взаємопов'язаних складових (економічних, соціальних, організаційних, технічних та технологічних), цілісна єдність яких забезпечує, з одного боку, задоволення потреб споживачів, а з іншого – досягнення господарюючим суб'єктом поставлених цілей (табл. 1).

Таблиця 1

Структурування підприємства та його системи маркетингу [2]

Підприємство				
Базові елементи підприємства				
економічні	соціальні	організаційні	технічні	технологічні
Маркетингові цілі				
Система маркетингу підприємства				
маркетингова інформаційна підсистема	підсистема комплексу маркетингу		підсистема управління маркетингом	

Це реально за умови цілеспрямованого і ефективного функціонування в системі таких підсистем, як маркетингова інформація, комплекс маркетингу, управління маркетингом. Для практики господарювання важливо конкретизувати їх зміст. Завдяки цьому кожне підприємство, виходячи з власних умов господарювання та соціально-економічних інтересів, може адаптувати для себе запропоновану систему.

Тому на нашу думку, керівникам аграрних підприємств, необхідно приділяти більше уваги деталізованому аналізу системи маркетингу. Виходячи з даного факту, слід активно проводити аналіз як теоретичного підґрунтя формування даної системи, так і практичним аспектам його застосування.

Список використаних джерел

1. Маркетинговий менеджмент : [навч. посіб.] / за ред. Л. В. Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К : Знання, 2004. – 354 с.
 2. Сахацький М. П. Наукові основи формування системи маркетингу в сільськогосподарських підприємствах / М. П. Сахацький [Електронний ресурс] // Економіка харчової промисловості. Формування та розвиток ринку харчових продуктів. – 2009. – № 1. – С. 31-34. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2009_1_10.
-

WADY I ZALETY ROŚLIN ENERGETYCZNYCH

*Dobrowolska Karolina,
studentka II roku,*

kierunek Odnawialne źródła energii, Uniwersytet Opolski, Polska

Tutor naukowy –

Kalinichenko A. V., professor, dr hab

Samodzielna Katedra Inżynierii

Procesowej, Uniwersytet Opolski (Polska)

Poławska Państwowa Akademia Rolnicza (Ukraina)

Zasoby energetyki konwencjonalnej na świecie są ograniczone, ich niebagatelny wpływ na środowisko jest oczywisty, przykładem są choćby ilości zawieszono pyłu 2,5 PM w polskich miejscowościach, przekraczające regularnie normy wystosowane przez WHO. Polska musi się ponadto dostosować do warunków postawionych przez Unię Europejską, czyli pakietu klimatyczno-energetycznego, który zakłada że do 2020 roku 15 % muszą stanowić odnawialne źródła energii w finalnym zapotrzebowaniu na energetykę. Ten cel można zrealizować głównie za pomocą biomasy, która jest praktycznie jedynym liczącym się reprezentantem OZE w naszym kraju. W Polsce posiadamy prawie 2 miliony hektarów gruntów o niższej przydatności produkcyjnej, które rolnictwo – po zaspokojeniu potrzeb żywnościowych – mogłoby przeznaczyć np. na zasiew roślin energetycznych. Warto przyjrzeć się temu zagadnieniu na konkretnych przykładach.

Rośliny energetyczne to jednoroczne i wieloletnie gatunki uprawiane na gruntach rolnych, przetwarzane na biopaliwa, biokomponenty, energię cieplną lub elektryczną. Generalnie, rośliny energetyczne powinny się charakteryzować

pewnymi określonymi cechami. Najważniejszą z nich jest duży przyrost roczny biomasy, który zapewnia obfite duże zbiory.

Na cele energetyczne najczęściej wykorzystuje się szybko rosnącą wierzbę wiciową, która dorasta w formie krzewiastej do 6 m. Wszystkie zarejestrowane w Polsce odmiany odznaczają się szybkim wzrostem i dają wysoki plon suchej masy drewna. Charakteryzują się one dużą odpornością na choroby, tolerancją na szkodniki i można je uprawiać na wielu rodzajach gleb. Najważniejsze dla prawidłowego rozwoju rośliny i optymalnego przyrostu biomasy jest zapewnienie odpowiedniej ilości wody. Jest to szczególnie istotne w pierwszym roku uprawy, gdy wierzba wiciowa dopiero wykształca system korzeniowy. Jeśli w tym okresie wystąpi susza, to najprawdopodobniej roślina uschnie. W kolejnych latach susze przestają być problemem, dzięki rozbudowanemu systemowi korzeniowemu. Duże zapotrzebowanie wierzby na wodę stanowi jej największą wadę.

Tuż po ścięciu wilgotność wierzby wynosi ok. 50 %, po przesuszeniu spada do ok. 15 %. Biomasa uzyskana z plantacji wierzby energetycznej może być wykorzystana różnorodnie. Najbardziej popularne jest jej spalanie w kotłach. Spalać można biomasę wstępnie przetworzoną (sieczenka wierzbową, zrębek drzewny), bądź wysoko przetworzoną (brykiet drzewny, pelet).

Kolejną rośliną wartą omówienia jest ślazier pensylwański istnieją dwie formy tej rośliny: liściasta i łodygowa. Pierwszą z nich uprawia się na paszę i na biogaz, druga na nasiona i pozyskanie biomasy do spalania. Spośród wszystkich roślin energetycznych to właśnie ślazier najbardziej nadaje się do produkcji pelletów z uwagi na stosunkowo niską zawartość azotu, chloru, popiołu i metali ciężkich. Jego niebywałą zaletą jest fakt iż wyrasta na niemal wszystkich typach gleb zaliczanych do V klasy bonitacyjnej, pod warunkiem jedynie ich dostatecznego uwilgotnienia. Jest odporny na zanieczyszczenia chemiczne (metale ciężkie), może być uprawiany w strefach ochronnych zakładów przemysłowych, na składowiskach osadów pościekowych. Ślazier jest odporny na niesprzyjające warunki klimatyczne, a to tego nie wymaga specjalistycznych maszyn do zbioru. Do wad tej rośliny należą: podatność na choroby, niska zdolność kiełkowania roślin oraz wrażliwość na zachwaszczanie w początkowej fazie wzrostu

Kolejną ciekawą rośliną jest topinambur, czyli słonecznik bulwiasty. Może być spalany bezpośrednio, bądź dopiero po przewożeniu na brykiet czy pellety, jest wykorzystywany do produkcji etanolu i biogaz. Charakteryzuje go łatwość uprawy, niski koszt założenia plantacji oraz duże zdolności adaptacyjne do warunków glebowych. Do zalet wlicza się również wytrzymałość na niskie temperatury, nawet do -30 stopni. Ma bardzo wysoki potencjał produkcyjny, podnosi aktywność mikrobiologiczną w glebie, ma możliwość odnawiania się, co eliminuje konieczność corocznych nasadzeń. Wadą są jedynie słabe plony na glebach podmokłych i kwaśnych.

Miskant olbrzymi jest jedną z nielicznych roślin o mechanizmie fotosyntezy typu C₄, które można uprawiać w warunkach klimatycznych Europy Środkowej. Ma większe możliwości przyrostu masy, ponieważ wykorzystanie światła jest o 40 % większe niż w przypadku roślin typu C₃. Ma małe wymagania glebowe, jest

odporny na większość patogenów, ma niską wilgotność biomasy po zebraniu z pola, nie wymaga wysokiego poziomu nawożenia mineralnego i jest zdolny do intensywnego pobierania z gleb metali ciężkich. Wady to wysoki koszt zakupu sadzonek, wrażliwość na zachwaszczenie w roku uprawy, uszkodzanie kłączy podczas zbioru jest przyczyną spadku plonu.

Oprócz indywidualnych zalet i wad każdej rośliny, można nakreślić ogólny obraz roślin energetycznych. Ich pozytywnym aspektem jest oczywiście fakt, iż spalanie biomasy daje czystą energię, nie zanieczyszcza powietrza, tak jak spalanie węgla, łatwo daje się magazynować, pozostawia małe ilości popiołu, które ponadto potem można jeszcze wykorzystać jako nawóz, z biomasy można wytworzyć różne formy energii a rośliny energetyczne mają małe wymagania glebowe. Zasoby mogą być magazynowane i wykorzystywane w zależności od potrzeb, a ich transport i magazynowanie nie pociąga za sobą takich zagrożeń dla środowiska, jak transport czy magazynowanie ropy naftowej bądź gazu ziemnego

Do ogólnych wad zaliczamy: dużą zawartość wilgoci, przez co spalanie jest mniej efektywne niż w przypadku paliw kopalnych, mniejsza wartość energetyczna surowca niż paliw kopalnych, duże uprawy roślin energetycznych mogą zmniejszać bioróżnorodność oraz fakt, że niektóre odpady są dostępne tylko sezonowo.

UPRAWA PALCZATKI GERARDA DO CEŁÓW ENERGETYCZNYCH

**Świsłowski Paweł,
student 4 roku,**

kierunek Odnawialne źródła energii, Uniwersytet Opolski, Polska

Tutor naukowy –

Kalinichenko A. V., professor, dr hab

Samodzielna Katedra Inżynierii Procesowej, Uniwersytet Opolski (Polska)

Połtawska Państwowa Akademia Rolnicza (Ukraina)

Coraz większe znaczenie w udziale odnawialnej energii biomasy mają rośliny produkowane ze specjalnym przeznaczeniem energetycznym, określane jako rośliny energetyczne, do których należą gatunki, gromadzące odpowiednie ilości oleju lub węglowodanów jako produktów wyjściowych do wytwarzania nośników energii [1]. Za najważniejsze uważa się: rośliny drzewiaste szybkiej rotacji, krzewy i byliny szybko rosnące, rośliny trawiaste wieloletnie i plonujące corocznie oraz niektóre rośliny uprawne jednoroczne [2].

Najbardziej cenne uprawy energetyczne powinny cechować się wydajną zamianą energii promieniowania słonecznego na biomasę, a także charakteryzować się wysoką zawartością suchej masy substancji [2]. Uwzględniając wartość energetyczną np. drewna, słomy zbóż czy traw wieloletnich, na wyprodukowanie równoważnika energetycznego 10 ton węgla potrzeba 15-18 ton suchej masy roślinnej. Plony tej wielkości można uzyskać z ok. 1.5 – 2.5 ha upraw roślin przeznaczonych na cele energetyczne [3]. Szczególnie przydatne mogą tu być

rośliny z oszczędną gospodarką wodną, jak również te, odporne na niekorzystne warunki środowiskowe i choroby. Ze względu na możliwość pojawiania się chorób oraz szkodników, które mogą zagrozić plantacjom, rolnicy zmuszeni są do poszukiwania nowych gatunków roślin przeznaczonych na cele energetyczne. Doskonałym przykładem takich roślin mogą być trawy prerii amerykańskich: palczatka Gerarda (*Andropogon gerardi*), proso różgowate (*Panicum virgatum*), trawa indiańska (*Sorghastrum nutans*) [4].



Rys. 1. Palczatka Gerarda [5]

Biomasa palczatki Gerarda przeznaczona jest do bezpośredniego spalania lub przetworzenia na brykiety lub pelety. Stosowana jest również jako roślina osłonowa i dekoracyjna na poboczach autostrad (USA), jako roślina przeciwoerozyjna oraz w rekultywacji terenów przemysłowych, m. in. zwałowisk po kopalnictwie węgla kamiennego i hałd po wydobywaniu rud żelaza. W polskiej literaturze znajdziemy również odniesienia do wykorzystania tej rośliny, jako przydatnej w rekultywacji terenów przemysłowych [2].

W Polsce od kilku lat obserwowany jest wzrost zainteresowania uprawami energetycznymi, a produkcja i pozyskanie biomasy z szybko rosnących gatunków jest kreowana jako kierunek produkcji rolniczej. Rozwój tej nowej działalności rolniczej określanej mianem „aeroenergetyki” jest w dużym stopniu uwarunkowany przez aspekty ekonomiczne.

Literatura

1. Jezowski S. Rośliny energetyczne – ogólna charakterystyka, uwarunkowania fizjologiczne i znaczenie w produkcji ekopaliwa. Post. Nauk Roln. 2001;2:18-27.
 2. Budzyński W, Bielski S. Surowce energetyczne pochodzenia rolniczego cz. II. biomasa jako paliwo stałe (artykuł przeglądowy). Acta Sci. Pol., Agricultura 2004;3(2):5-26.
 3. Żurek G, Martyniak D. Bioenergetyka – możliwości i perspektywy produkcji energii z traw wieloletnich w gospodarstwach rolniczych. źródło: <http://docplayer.pl/10137496-Bioenergetyka-mozliwosci-i-perspektywy-produkcji-energii-z-traw-wieloletnich-w-gospodarstwach-rolniczych.html> [dostęp: 16.10.2016].
 4. Konicki T, Borkowski G, Sasin M, Zięba A. Możliwości uprawy Palczatki Gerarda w warunkach klimatycznych Polski. źródło: <http://www.ur.edu.pl/.../12.+MO%C5%BBLIWO%C5%9ACI+UPRAWY+PALCZATKI+GERARDA%20+W+WARUNKACH+KLIMATYCZNYCH+POLSKI.pdf> [dostęp: 16.10.2016].
 5. Forum. Zielono zakręcenie. <http://zielonozakreceni.pl/forum/ilustrowany-spis-traw/3109-palczatka-gerarda-andropogon-gerardii-vampire-s-breath> [dostęp: 16.10.2016]
-

**Підсекція кафедри іноземних мов
та українознавства**

**PERSPECTIVES OF A TOURISM ACTIVITY
IN POLTAVA REGION**

**Будаква В. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»
факультету економіки та менеджменту**

**Консультант з іноземної мови –
Тагільцева Я. М., кандидат філологічних наук, доцент**

Tourism develops up-tempo all over the world improving countries' and regions' economy. The USA and western Europe countries gets the largest profits with a tourism activity. It's bound up with that thing that these countries advertise their touristic regions very much. The number of tourists increases each year, new hotels and restaurants opens, which provides work-places to a local population. This decreases the level of unemployment in the region. According to the data of State Statistics Service of Ukraine, the number of Ukrainians went abroad exceeds twice the number of foreigners visited Ukraine in 2015. It demonstrates that Ukraine plays a weak hand in the international tourism. The national tourism runs through bad times, too, because the number of inside tourists is almost in 37 times smaller than the number of Ukrainians went abroad [1].

Almost all the districts of the region are perspective for different types of a tourism development: healthy tourism (sanatoriums, health and recreation resorts, holiday camps), qualified, with an active way of movement (horse-riding, bicycling, boating), cultural-ethnographic and religious ones. The most perspective is a cultural tourism. Ethnographic routes dealing with national crafts are actively used (Opishnia – pottery, Myrhorod, Pyriatyn – ceramics, Reshetylivka – embroidery and weaving). The potential of ecotourism development is important, too (excursions with nature of a certain region where rare fauna species remains, and landscape parks, reserves are). Perspectives of the regional development of sport, extreme tourism and with an active way of movement are essential. There are a lot of possibilities of effective exploitation of sport centres and camps in Poltava region, including mountain-skiing lodge «Korchak» (Stasi village), parachute tourism (Poltava city), yacht clubs (Kremenchuk, Horishni Plavni), stud-farms (Kremenchuk, Lubny, Kobeliaky, Dibrivka village, Myrhorod district, Yaresky village, Shyshaky district, Berezova Rudka village, Pyriatyn district, Sukhorabivka village, Reshetylivka district) and horse-sport schools, which are being reconstructed in the region now [5].

Poltava region and Poltava city have all the opportunities for intensive development not only of the national tourism, but of a foreign one. The region possesses a great tourist and recreation potential, favorable climate, rich flora and fauna, cultural-historic monuments of the international level.

However, it's important to know that a great part of tourist attractions needs to be put in a good order and reconstruction. An inadequate attention is paid to the environmental protection. The problem is especially actual, because Ukraine is still associated with an ecological disaster – Chernobyl accident. Besides, it's important to provide an advertising and information campaign using Ukrainian and foreign mass-media, holding presentations, organizing information centres for foreign tourists.

Another factor of a tourism development is an economic situation in the country, in particular, the level of population income. According to statistics data, we can make a disappointing conclusion about the economic situation in Ukraine. Thus, a great part of population costs belongs to costs of food (51%) and housing (20%). The part of expenses for entertainment and culture is 2% at average [8].

The development of transport connection and providing necessary level of safe trips is an important factor in a tourism activity evolution, too. Automobile connection is the most popular among other means of transport [9]. However, this kind of transport is the most dangerous because of such a low quality of Ukrainian highways, and Poltava region is no exception.

Hotel infrastructure is one another component in a tourism. It should be noted that the major problem of a tourism activity in Poltava region is a lack of hotels which correspond to international standards. 90% of hotels were built more than 20 years ago and they haven't been reconstructed very much. The service level falls behind international one, too.

Among the main problems of tourism development slowdown are an imperfect system of government administration, a high tax level, a low investment level, material resources development about tourism, the non-conformity of tourist attractions with international standards, an insufficient providing of qualified specialists, unsatisfactory condition of transport infrastructure, a low informedness level of potential consumers of a tourist product.

It is necessary to take a number of measures to provide an effective tourism functioning: evolution and introduction of financial and economic control-gear to stimulate tourism and investigations, training of qualified experts, infrastructure development including transport connection, programme creation and its realization concerning environment safety and cultural heritage protection, advertising and information support.

Such tourism directions as cultural-ethnographic excursions are being developed in the region to increase competition and to improve tourism evolution. Also new tourist destinations become more popular, among them: green (village) tourism, extreme and sport one. Poltava region can take a leading place in the Ukrainian tourism activity due to different tourist destinations, a high level of material resources, and if all mentioned points are taken into account.

This topic is rather important, because tourism evolution will take Ukraine to a new high level at the international market of service, it will give a new fresh international society view on historical and cultural heritage of our country and what is the most important: it will increase the economic level and will implicate more investments.

Poltava has all ancient historic traditions, qualified tourist leaders and – amazing historical-ethnographic and economical-geographic backgrounds that need further support and development.

Список використаних джерел

1. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М.П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. – 2011. – №1. – С. 104 – 119.
2. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л.І. Гонтаржевська.– Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
4. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України / Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369с.
5. Оніщук Л.М. Туристичний довідник – Полтава / Л.М. Оніщук, В.В. Павлов, Л.М. Патенко.– «АСМІ», 2006. – 16 с.
6. Павлов В.В. Подорожуючи Полтавщиною. Путівник. – Полтава: АСМІ, 2006. – С. 10-12.
7. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2003. – 352 с.
8. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. – №324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – №13. – С.180.
9. Транспорт і зв'язок [Електронний ресурс] / Держкомстат України, 2012. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Туризм в Україні [Електронний ресурс] / Держкомстат України, 2012. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

АНАЛІЗ РИТОРИЧНОГО ВИСТУПУ НІЛА ДЕГРАСС ТАЙСОНА «ПЕРИМЕТР НЕВІДАННЯ»

**Буталенко Р. Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
інженерно-технологічного факультету
Науковий керівник –**

Сизоненко Н. М., кандидат філологічних наук, доцент

Публічний виступ – найпоширеніший жанр риторики. У науковій літературі вирізняють такі види публічного мовлення: судове, академічне, соціально-політичне, дипломатичне, церковно-богословське, соціально-побутове [1, с. 162].

Об'єктом нашого розгляду є академічне мовлення американського вченого Ніла Деграсс Тайсона – відеовиступ (мовою оригіналу, англійською) [4] та письмовий текст виступу (мовою перекладу, російською) [3]. *Мета* нашої розвідки – проаналізувати особливості структури, виокремити способи викладу й доведення тез в академічному виступі Ніла Деграсс Тайсона.

Ніл Деграсс Тайсон – американський астрофізик, доктор філософії з фізики, письменник, популяризатор науки. На одній з наукових конференцій (Сан-Дієго, 2006 р.) відомий учений виголосив доповідь, у якій розкрив сут-

ність концепції «Бог лакун». Основна мета виступу – з'ясувати, чи є щось поза межею наукових знань, у чому сутність «розумного задуму» і як він впливає на наукові відкриття.

На відміну від структури наукової доповіді вітчизняних науковців, Ніл Деграсс Тайсон починає виступ з основної частини, висновки відсутні, проте окреслено перспективи дослідження: *«Я хочу понять не почему 85% научного сообщества отвергает Бога, а почему 15% его не отвергает [3]»*.

Оратор застосовує **пунктирний спосіб** [2, с. 100] розгортання тези: поділ її на міні-тези, а потім їхнє об'єднання. Після доведення міні-тези дослідник робить короткий висновок. Наведемо приклад. Промовець висуває міні-тезу про те, що вчені всесвітнього масштабу так чи так приходили до думки, що крім наукових законів, є непізнана субстанція – Бог. На підтвердження цієї тези промовець називає імена учених (Клавдій Птолемей, П'єр-Симон Лаплас, Ісаак Ньютон, Галілео Галілей, Християн Гюйгенс, Хамид аль Газалі), чий релігійні переконання не заважали їхній науковій діяльності і навпаки. Скажімо, Християн Гюйгенс стверджував: *«Думаю, никто не станет оспаривать, что есть что-то большее, чем просто задумка или чудо в рождении и развитии животных и растений, большее, чем в безжизненной горстке неодоушевленных тел. Ведь рука Господа и божественное проведение выражены в первом куда ярче, чем во втором [3]»*. Резюмуючи численні посилення на науковців, які згадують у своїх працях Бога, ритор приходить до такого висновку: *«... вы достигаете некоего предела, когда восторгаетесь величием Господа, и на этом ваше исследование останавливается. ... Вы, как бы, уже не способны преодолеть эту грань, и просто ждете, что после вас появится кто-то, у кого нет в голове Бога, и кто скажет: «Это на самом деле классная задача! Попробую-ка я ее решить! [3]»*.

Окрім того, під час виголошення наукової промови, Ніл Деграсс Тайсон застосовує і **спіральний спосіб** [2, с. 99] викладу тези: кожна міні-теза доповнюється новою інформацією і «піднімає» її на вищий рівень спіралі. Продемонструємо: *Теза 1.* Релігійність учених є стримуючим фактором на шляху до наукових відкриттів. *Теза 2.* Наука – це філософія відкриття, «розумний задум». *Теза 3.* Усе, що невідоме науці (прогалини), – це «розумний задум», Бог прогалин (лакун). Наводячи численні приклади наукових відкриттів, ритор розвиває думку про значущість наукового бачення всесвіту, бо саме раціональне мислення є поштовхом до розвитку цивілізації.

Під час виголошення промови учений робить короткі відступи, перемежовує наукову інформацію дотепними коментарями, активно демонструє свій телевізійний талант. Час від часу вступає в діалог із присутніми. Активно жестикулює, використовуючи це як інструмент для привернення, утримання уваги та взаємодії з публікою. Його мовлення не є монотонним, науковець по-різному інтонує фрагменти тексту, чітко артикулює звуки, темп мовлення середній. Рухи вченого невимушені, він вільно змінює просторову позицію в залі, підходить до мультимедійного ек-

рану і вказує на важливу текстову інформацію. Можливо, ці прийоми є мимовільними, проте риторично в такий спосіб вдається зосередити увагу присутніх на своїй особі та промові. Комфортну атмосферу промовець створює за допомогою демонстрації позитивних емоцій, усмішки.

Отже, проаналізувавши академічне мовлення Ніла Деграсс Тайсона, можна прийти до висновку, що пунктирний спосіб викладу тез у поєднанні зі спіральним способом виявився доцільним для викладу знакових тенденцій розвитку науки. Науковець оптимально послуговується, крім вербальних, невербальними засобами спілкування, досягає стратегічного результату завдяки чималому телевізійному досвіду.

Список використаних джерел

1. Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови : навч. посіб. / Л. І. Мацько, Л. В. Кравець. – К. : ВЦ «Академія», 2007. – 360 с.
 2. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика : навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – 2-ге вид., стер. – К. : Вища шк., 2006. – 311 с.
 3. Нил Деграсс Тайсон. Суть концепции «Бог лакун» [Електронний ресурс] / Нил Деграсс Тайсон. – Режим доступа : <http://www.religii-mira.ru/nil-degrass-tayson-sut-konceptcii-bog-lakun>
 4. Нил Деграсс Тайсон. Периметр невідання [Електронний ресурс] / Нил Деграсс Тайсон. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=RxiLnC7ikw8>
-

KRITERIEN UND PROBLEME DER DEFINITION VON WORTARTEN IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Визір В. В.
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Економіка підприємства»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Сахарова Л. М., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства

Die Rede von Wortarten oder –Klassen setzt eigentlich voraus, dass man zunächst angibt, was unter "Wort" zu verstehen ist. Engel zeigt, dass eine Definition wie "kleinste relativselbständige sprachliche Einheit mit eigener Bedeutung" sehr bald in Widersprüche führt. Esleuchtet z.B. nicht ein, warum dem Futur-Hilfsverb "wird/werden" mehr Selbständigkeitzuerkannt werden soll als dem Ablaut in einer Präteritum Form. Die orthographischen Konventionen scheiden als alleiniges Kriterium aus, dennes handelt sich z.B. um willkürliche Festlegungen. Engel zitiert einige weitere Versuche, den Begriffder Selbständigkeit zu präzisieren. Demnach wären Wörter, solche sprachlichen Einheiten, die a) als Satzglieder fungieren können oder b) als Kern von Satzgliedern erscheinen können oder c) sich jederzeit von ihrer sprachlichen Umgebung trennen lassen. Aber in jedem Fall ergeben sich Widersprüche; denn jede der vorgeschlagenen Definitionen grenzt sprachliche Elemente aus, die traditionell als Wörter verstanden werden. Engel konstatiert schließ-

lich, dass alle Definitionsversuche bisher erfolglos geblieben sind, ist aber der Ansicht, dass die Probleme nur Randbereiche betreffen und die Rede vom "Wort" sich gleichwohl auf einen breiten Konsensstützen kann. Hinsichtlich der Isolierung des einzelnen Wortes innerhalb des Satzverbandes bzw. der Lautkette möchte ich es bei diesem Befund belassen. Abschließend sei angemerkt, dass alle vier untersuchten Grammatiken, die Klassifikation von (orthographisch) mehrgliedrigen Ausdrücken – Engel spricht von "komplexen Wörtern" – wie *ein wenig, was für einer, wer auch immer, manch ein* als Mitglieder von Wortklassen zulassen.[1]

Der Wortbegriff lässt sich aber noch in anderer Weise problematisieren. Handelt es sich z.B. bei *fliegen, fliegt, flog, geflogen* um ein Wort oder um vier verschiedene Wörter? Im Rahmen der Wortartenlehre wird hier nur ein Wort angesetzt, d.h. es werden *Lexeme*, nicht *Wortformen* klassifiziert. Man definiert daneben *syntaktische Wörter*; darunter verstehen sie "jede spezifische grammatische Ausprägung eines Wortes"; so sind nicht nur die o.a. vier Formen von "fliegen" verschiedene syntaktische Wörter, sondern auch *fliegen (Infinitiv)*, *fliegen (1. Person Plural Präsens Indikativ)*, *fliegen (3. Pers. Pl. Präs. Ind.)*. Eine *Wortform* kann also verschiedene syntaktische Wörter repräsentieren. Die Inhaltsseite des syntaktischen Wortes umfasst neben den semantischen Merkmalen die morphosyntaktischen Informationen. Beim Lexem dagegen sind die flexivischen Variationen neutral gesetzt, d.h. es ist ein Paradigma verschiedener syntaktischer Wörter mit demselben lexikalischen Morphem.[2]

In der Grammatik werden prinzipiell nicht Wortformen oder syntaktische Wörter, sondern Lexeme nach Wortarten klassifiziert. Um unterschiedliche Lexeme handelt es sich nicht nur, wenn Bedeutungsunterschiede vorliegen, sondern auch dann, wenn eine unterschiedliche morphosyntaktische Veranlagung zu beobachten ist.

Die klassische Zehn-Wortarten-Lehre unterscheidet Substantiv, Verb, Adjektiv, Artikel, Pronomen, Adverb, Konjunktion, Präposition, Numerale und Interjektion. Es sei unterstrichen werden, dass diese Einteilung auf semantischen, morphologischen und syntaktischen Kriterien beruht. Die Wortklasse *Numerale* z.B. ist durch das semantische Kriterium der Zahl definiert. Dass aber *Million* als Substantiv, *verdreifachen* als Verb und *doppelt* als Adjektiv gewertet werden, beweist, dass – wenigstens bei den sog. Hauptwortarten – morphologische (und darüber vermittelt syntaktische) Gesichtspunkte im Vordergrund stehen: Substantive sind nach Numerus und Kasus flektierbar, Adjektive zudem nach dem Genus, Verben nach Person, Numerus, Tempus und Modus. Damit wird zugleich bestätigt, dass Lexeme klassifiziert werden, denn nur diese (nicht etwa syntaktische Wörter) sind morphosyntaktisch neutral und daher "flektierbar", d.h. in syntaktische Wörter bzw. die entsprechenden Wortformen (Lexem) überführbar. Bei morphologisch "armen" Lexemen wie Präpositionen, Konjunktionen und Adverbien beruht die Klassifikation dagegen *direkt* (d.h. nicht über morphologische Merkmale vermittelt) auf syntaktischen Kriterien: Konjunktionen z.B. verknüpfen Satzteile und Teilsätze; Präpositionen stehen vor nominalen Wortgruppen; Adverbien können als Satzglieder

fungieren. Ein solches Klassifikationsverfahren kann, da es auf der Verteilung von Lexemen im Satz beruht, als *distributionell* bezeichnet werden. [4]

Список використаних джерел:

1. Drosdowski, Günther u.a. (Hrsg.) 2014: Duden Grammatik der deutschen Gegenwartssprache, Mannheim usw.: Dudenverlag (5. Auflage)
 2. Engel, Ulrich 2012: Deutsche Grammatik, Heidelberg: Groos (2. Auflage)
 3. Glück, Helmut (Hrsg.) 2013: Metzler Lexikon Sprache, Stuttgart/Weimar: Metzler
 4. Grebe, Paul u.a. 2011: Duden. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache, Mannheim usw.: Bibliographisches Institut (3. Auflage)
 5. Helbig, Gerhard/ Buscha, Joachim 1991: Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht, Berlin usw.: Langenscheidt/ Enzyklopädie (14. Auflage)
-

DIE UNFLEKTIERTEN ADJEKTIVE IN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

**Вотінова О.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Менеджмент»
факультету економіки та менеджменту**

**Науковий керівник –
Сахарова Л. М., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства**

Diese wissenschaftliche Arbeit befasst sich mit den unterschiedlichen Kontexten und Funktionen unflektierter Adjektive in der deutschen Gegenwartssprache. Dabei handelt es sich in erster Linie um eine deskriptive Untersuchung, die teilweise mit empirischen Belegen aus Tageszeitungen, Katalogen und Websites illustriert und untermauert wird. Das Adjektiv als prinzipiell flektierbare Wortklasse wurde unter dem Aspekt vorgestellt, dass es Stellungen und Funktionen gibt, in denen das Adjektiv nicht flektiert wird. Aus dieser Beobachtung entsprang die Frage, weshalb die postnominale Stellung des Adjektivs im Einzelfall der unmarkierten Variante, dem anteponierten flektierten Adjektiv, vorgezogen wird.[1]

Den klassischen Fall der Attribution in der deutschen Gegenwartssprache stellt das zwischen Determinativ und Nomen interponierte adnominal attributiv gebrauchte flektierte Adjektiv dar. So meint Weinrich, die unflektierte Form des Adjektivs gebrauchte man in prädikativer und in applikativer Funktionsweise in der textuellen Isolierung einschließlich der Zitierform. Daher sei die flektierte Form dem attributiven Gebrauch vorbehalten. Das unflektierte anteponierte Adjektiv in der Nominalphrase ist deshalb markiert. [2]

«Als Ausnahme von der großen und kleinen Adjektiv-Flexion ist zu verzeichnen, dass gelegentlich vor einem Nomen im Neutrum ein flexivloses Adjektiv stehen kann, was allerdings der ganzen Attribution eine archaisch-poetische Konnotation gibt und fast nur in festen Wendungen vorkommt. »Die Duden-Grammatik nimmt eine Vierteilung vor. In der ersten Gruppe figurieren folgende Fälle:

- auf gut Glück, ruhig Blut, lieb Kind

- vor Eigennamen: Klein Michael; in ganz England, von halb Deutschland
- Sprichwörter: Abendrot, gut Wetter droht. Gut Ding will Weile haben.
- Volkslied: Kein schöneres Land... (Komparativ).

Postnominale Adjektive in Inseraten und Kleinanzeigen

Aufgrund der gängigen Gliederung von Inseraten und Kleinanzeigen treten in dieser Textsorte besonders viele postnominale unflektierte Adjektive auf. Wenn jemand eine Kleinanzeige aufschaltet, möchte er/sie ja den potenziellen Leser auf das Produkt, das er/sie anbietet, aufmerksam machen. Daher sollte das angebotene Objekt im Vordergrund stehen. Die Entlastung des pränominalen Bereichs wird durch die Nachstellung des Adjektivs erreicht.[4]

Beobachtungen der Sprache der Anzeigenwerbung beispielsweise, worunter auch Produktaufschriften fallen, legen die Vermutung nahe, dass es sich bei der Verwendung derunflektierten Adjektiv-Postposition um ein produktives Muster handelt. Zunächst werden einige allgemeinere Fakten zur Werbesprache und der Bedeutung des Adjektivs innerhalb der Werbesprache aufgezeigt, bevor auf die nähere Untersuchung derpostponierten nicht flektierten Adjektive eingegangen wird. Nach der immer noch repräsentativen Studie von Römer zur Werbesprache stellt das Adjektiv die zweithäufigste Wortart nach dem Substantiv dar. Die Häufigkeit der meist attributiven Adjektive liegt an «dem werbenden, anpreisenden Charakter dieser Sprache, deren Erzeuger darauf bedacht sind, die Produkte auszuzeichnen und ihnen besondere Eigenschaften zuzusprechen». Eine weitere wichtige Funktion attestiert Janich. [5]

Auch Baumgart <korrigiert> Römers Einschätzung, dass viele Substantive ein attributives Adjektiv bei sich haben, dahingehend, dass beim aktuellen Gebrauch von Adjektiven eine Reihe von Slogans beinahe ausschließlich aus Adjektiven bestehen. «Die Emanzipation dieser Wortart ist ein relativ neues Phänomen, das für die Gestaltung aktueller Slogans bezeichnend ist (Baumgart 2015, 108). »

Ein Beispiel hierzu lautet:

Ritter Sport. Quadratisch. Praktisch. Gut.

Söhnlein Brillant (Sektmarke)

- *Clausthaler alkoholfrei*

Список використаних джерел:

1. Best, Karl-Heinz/Zhu, Jinyang (2014): Stellung und Flexion der Adjektive im nominalen Satzglied. In: Deutsch als Fremdsprache. Zeitschrift für Theorie und Praxis des Deutschunterrichts für Ausländer 30/1, S. 17–23.

2. Marschall, Gottfried R. (2015): Überlegungen zum nachgestellten Adjektiv im Deutschen. In: Valentin, Paul (Hrsg.): Rechts von N. Untersuchungen zur Nominalgruppe im Deutschen. Tübingen: Gunter Narr Verlag (= Eurogermanistik 1), S. 71–82.

3. Römer, Ruth (2012): Die Sprache der Anzeigenwerbung. 6. Aufl. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann (= Schriften der Gegenwart 4).

4. Weinrich, Harald (2014): Textgrammatik der deutschen Sprache. 3., revidierte Auflage. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms Verlag.

5. Janich, Nina (2013): Werbesprache: ein Arbeitsbuch. 2., vollst. überarb. u. erw. Aufl. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

ЛАТИНСЬКА МОВА ЯК МОВНОСТИЛЬОВА ОСОБЛИВІСТЬ «ЕНЕЇДИ» І. П. КОТЛЯРЕВСЬКОГО

*Костенко А. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету ветеринарної медицини
Полтавської державної аграрної академії;*

*Горобець І. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
медичного факультету №1
ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія»
Науковий керівник –*

Сизоненко Н. М., кандидат філологічних наук, доцент

«Енеїда» І. П. Котляревського – перша друкована українська книга, написана живою народною мовою. У поемі зафіксовано близько 7000 слів найрізноманітніших семантичних груп, серед них і лексеми латинської мови. Естетичну мету, функції уживання латинізмів і макаронізмів в «Енеїді» розглядали Є. Нахлік [3], С. Ничаюк [4] та ін.

Метою цієї роботи є дослідження основних способів творення похідних одиниць від латинських лексем у відомій поемі І. П. Котляревського.

Перелицювання латинської мови на український кшталт в «Енеїді» відбувається шляхом активного використання твірних основ та формантів (афіксів) латинської мови. Утворені у такий спосіб псевдолатинські слова можна трактувати як лексичні новотвори, уживання яких обумовлене естетичним завданням та жанровою природою художнього твору – бурлескно-травестійна поема.

До основних способів творення псевдолатинських слів можна віднести **лексичну та морфологічну макаронізацію** [3, с. 175].

Мовне явище макаронізації тісно пов'язане з **макаронічною мовою** – текстом, «де складники двох мов – рідної та чужої – виступають більш-менш нарівні [2, с. 311]». Використання лексико-граматичних ресурсів двох мов (української та латинської), а також їхнє змішування обумовило вживання в «Енеїді» **лексичних макаронізмів**:

*Еней, к добру з натури склонний,
Сказав послам латинським так:
«Латинус рекс єсть невгомонний,
А Турнус пессімум дурак.
І кваре воювать вам мекум?
Латинуса будь путо цекум,
А вас, сеньйорес, без ума;
Латинусу рад пацем дарє,
Пермітто мертвих поховаре,
І злости корам вас нема [1].*

Явище **морфологічної макаронізації** в поемі виникає внаслідок таких твірних процесів: 1) українські однослівні номінації переінакшуються на ла-

тинський лад за допомогою додавання до української твірної основи латинських формантів, зокрема - *ūs* (*пан-ус, циган-ус*); 2) латинські однослівні номінації українізуються за допомогою додавання до основи закінчень, властивих українській мові (*меценат-ом, Енеус-у, Латинус-а*). До цього способу належить і вживання українізованих варіантів латинських імен, по батькові та прізвищ: *Агамемноненко, Анхизенко* (патримоніальні прізвища); *Еней Анхизович, Анхизович, Іполіт Тезейович, Іул Енейович, Сатурнович* (по батькові); *Еврусь* – від *Евріал, Енеєчку, Ірися, Лависю, Тезифоню, Харко* – від *Харон* (пестливі звертання). Трапляються й лексичні дублети (*формозус – гарний, лятро – розбишака*).

Продовжуючи травестійну традицію, автор вдається до римування чужих імен з колоритними українськими словами, напр.: *Трою – гною, троянців – ланців, пєс – Зевес, Меркурій – мурий, Палінур – балагур, Амата – хата, Камилла – кобила, Нептун – шкарбун, доню – Тезифоню, Турн – верзун*.

Отже, використовуючи в окремих фрагментах «Енеїди» латинську мову, І. П. Котляревський тим самим підкреслює перевагу живої народної розмовної мови.

Мовностильова особливість поеми – уживання псевдолатинських слів, утворених шляхом лексичної та морфологічної макаронізації, для досягнення комічного ефекту й реалізації художнього завдання – «перелицювання» латинської мови на український кшталт.

Список використаних джерел

1. Котляревський Іван. Енеїда [Електронний ресурс] / Іван Котляревський. – Режим доступу : <http://www.myslenedrevo.com.ua/uk/Lit/K/KotljarevskyI/Eneida.html>.
 2. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. – Чернівці : Золоті литаври, 2001. – 636 с.
 3. Нахлік Є. Мовні засоби сміхової культури в «Енеїді» Івана Котляревського / Є. Нахлік // *Studia methodologica*. – Вип. 32. – Тернопіль : РВВ ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2011. – С. 173–181.
 4. Ничаюк С. П. Латинізм в «Енеїді» І. Котляревського / С. П. Ничаюк // *Наукова спадщина професора С. В. Семчинського і сучасна філологія*. Ч. 2. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2001. – С.175–178.
-

BIAS-FREE LANGUAGE IN BUSINESS COMMUNICATION

**Костенко А.А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр», 1 курс,
спеціальність «Ветеринарна медицина»
факультету ветеринарної медицини
Консультант з іноземної мови –
Ніколаєнко Ю.О., кандидат педагогічних наук, доцент**

Basically, bias-free language means using terms that treat people with respect. Bias free language is language that does not discriminate against people on the basis of sex, physical condition, race, age, or any other category. Bias-free lan-

guage is fair and friendly; it complies with the law. It includes all readers; it helps to sustain goodwill. Sometimes the term “inclusive language” is also used meaning communication that does not stereotype or demean people based on personal characteristics [3].

Bias-free language is very significant in business communication as business world today has become global and communicating across borders and cultures requires communication skills that would enable people from different lands to interact with each other so as to achieve some common objective [1]. If people everywhere show greater sensitivity to the implications of the language they use, a higher degree of precision will result [2].

So, if you want to make your language bias-free, you should try to follow the further described recommendations.

Job Titles

Use neutral titles that imply that a person of either gender could hold the job. Many job titles are already neutral: accountant, banker, doctor, engineer, inspector, manager, nurse, pilot, secretary, technician etc. Other titles reflect gender stereotypes and need to be changed. For this reason it is better to say person instead of man, e.g. chairperson instead of chairman, salesperson or sales representative instead of salesman, supervisor instead of foreman.

Business writing uses four ways to eliminate sexist generic pronouns:

1. Use plural nouns and pronouns.

Inappropriate: Each supervisor must certify that the time sheet for his department is correct.

Recommended: Supervisors must certify that the time sheets for their departments are correct.

When you use plural nouns and pronouns, other words in the sentence may need to be made plural too. In the example above, plural supervisors have plural time sheets and departments.

2. Use “you”.

Recommended: You must certify that the time sheet for your department is correct.

“You” is particularly good for instructions and statements of the responsibilities of someone in a given position. Using “you” frequently shortens sentences, because you write “Send one copy” instead of “You should send one copy.” It also makes your writing more direct.

3. Substitute an article (a, an, or the) for the pronoun, or revise the sentence so that the pronoun is unnecessary.

Recommended: The supervisor must certify that the time sheet for the department is correct.

4. When you must focus on the action of an individual, use pronoun pairs.

Recommended: The supervisor must certify that the time sheet for his or her department is correct.

Whenever you have a choice of two or more ways to make a phrase or sentence nonsexist, choose the alternative that is the smoothest and least conspicuous.

Making Language Non-racist and Non-acist

Language is non-racist and non-acist when it treats all races and ages fairly, avoiding negative stereotypes of any group.

Use these guidelines to check for bias in documents you write or edit:

1. Give someone's race or age only if it is relevant to your story.

Inappropriate: Andrew Young, the black mayor of Atlanta, cast his vote.

Recommended: Andrew Young, the mayor of Atlanta, cast his vote.

2. Avoid terms that suggest that competent people are unusual. The statement "She is an intelligent Métis woman" suggests that the writer expects most Métis women to be stupid. "He is an asset to his race" suggests that excellence in the "race" is rare. "He is a spry 70-year-old" suggests that the writer is amazed that anyone that old can still move.

The following is a list of terms that arise when referring to race, ethnicity and culture.

Preferred: Black or African American.

Problematic: negro, negroid, colored person, dark.

Preferred: Western Asian, Northern African people.

Problematic: Arabs.

Preferred: international people.

Problematic: foreigners.

Preferred: Undocumented immigrant or worker; person seeking asylum, refugee.

Problematic: illegal.

Preferred: Asian people, Asian American individuals.

Problematic: Orientals.

Preferred: Latino people.

Problematic: Spanish People (only appropriate for people from Spain).

Talking about People with Disabilities and Diseases

A disability is a physical, mental, sensory, or emotional impairment that interferes with the major tasks of daily living.

Avoid negative terms, unless the audience prefers them. Preference takes precedence over positive emphasis: use the term a group prefers. People who lost their hearing as infants, children, or young adults often prefer to be called deaf. But people who lose their hearing as older adults often prefer to be called hard of hearing, even when their hearing loss is just as great as someone who identifies as part of deaf culture. Just as people in a single ethnic group may prefer different labels based on generational or cultural divides, so differences exist within the disability community.

Using the right term requires keeping up with changing preferences. If your target audience is smaller than the whole group, use the term preferred by that audience, even if the group as a whole prefers another term.

Some negative terms, however, are never appropriate. Negative terms such as afflicted, suffering from, the victim of, and struck down by also suggest an outdated view of illness. Some examples of bias-free language concerning diseases

and people with disabilities are “people being treated for cancer” instead of “cancer patients”, “people with vision impairments” instead of “the blind”, “developmentally delayed” instead of “the mentally retarded”.

It is necessary to mention that language reflects people’s views, attitudes and preferences which are constantly changing and therefore the language itself is not the same all the time. So the words and word combinations that are recommended to be used as bias-free nowadays may become inappropriate in future.

References

1. Business communication notes [Electronic resource]: <http://www.allonlinefree.com/business-communication-notes-pdf/>
 2. Guidelines on gender-neutral language [under the direction of Breda Pavlic]. – UNESCO, 1999. – 30 p.
 3. Is your communication bias-free and inclusive? [Electronic resource]: <https://www.marketing-partners.com/conversations2/is-your-communication-bias-free-and-inclusive>
-

ERTRAGSFÄHIGKEIT DER WEIZENSORTEN DER WINTERZÜCHTUNG DER AGRARAKADEMIE POLTAWA IN DEN KONKURRENZFÄHIGEN MISCHUNGEN

*Костогриз К. П.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Агрономія»
факультету агротехнологій та екології
Консультант з іноземної мови –
Савенкова О.О., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства*

Das Ziel der Arbeit ist die Untersuchung der Anpassungskapazität der Weizensorten der Winterzüchtung der Poltawaer staatlichen Agrar Akademie (PSAA) durch die Bildung von quantitativen Merkmalen abhängig von der Konkurrenzfähigkeit der Saat.

Das Objekt der Forschung sind die Sorten, quantitative Merkmale der Weizensorten der Winterzüchtung der PSAA und ihre Ertragsfähigkeit.

Der Gegenstand der Forschung sind die in den Zonen aufgeteilten und perspektiven Weizensorten der Winterzüchtung der PSAA.

Wissenschaftliche Neuheit der Ergebnisse liegt darin, dass die Variabilität der Eigenschaften vom Winterweizen abhängig von der Konkurrenzfähigkeit unter den Bedingungen der Züchtungsfläche der PSAA untersucht wurde, die Ertragsfähigkeit der Winterweizensorten abhängig von der Zusammensetzung der Dampf-mischungen festgestellt wurde. Das hat geholfen, das Anpassungsniveau der untersuchenden Sorten zu bestimmen [3].

Seit vielen Jahren werden die Forschungen an der PSAA durchgeführt, die auf die Studie der Konkurrenzfähigkeit der Sorten und Züchtungslinien der PSAA und der Sorten anderer Züchtungen gerichtet sind. Es wurden das Verhältnis zwischen

der Konkurrenzfähigkeit und der Ertragsfähigkeit, das Bildungsniveau und die Variabilität der Hauptbestandteile für das Ertragspotential wie die Körnermasse pro Ähre, die Körnermenge in der Ähre, die Masse von 1000 Körnern, die Länge der Ähre, die Menge der Ährchen in der Ähre, die Halmdichte der zweiten Zwischenknote, die Pflanzenhöhe erforscht. Als Material wurden 4 Genotypen von Winterweizen genommen – Sorte Charada, Sorte Ariyivka, Sorte Karmelyuk und Sorte Radyvonivka [1].

Die Samen jeder Sorte wurden in den Dampf-mischungen nach dem Diallel-schemata und in den reinigen Mischungen in gleichen Anteilen ausgesät. Die Anbau-fläche betrug 16,5 qm. Vor dem Ernten wurden 50 Pflanzen jedes Komponenten aus der Mischung und 50 Pflanzen aus der reinigen Sorten für die Anmessung von quantitativen Eigenschaften und Indexziffer genommen.

Früher war die Idee der Untersuchung der Konkurrenzfähigkeit verschiedener Winterweizensorten auf die Schaffung des genotypischen internen Wettbewerbs zwischen den Pflanzen und auf die Suche nach effektive Auswahl in den früheren Phasen ausgerichtet.

Die Ertragsfähigkeit ist eine der wichtigsten Eigenschaften bei der Züchtung der Winterweizensorte. Während der Forschung wurde die Ertragsfähigkeit der Sorten in den reinigen und in den konkurrenzfähigen Mischungen kalkuliert. Das höchste Ertragsniveau in der reinigen Saat war bei der Sorte Radyvonivka und betrug 59,3 dt/ha. Die niedrigste Ertragsfähigkeit in den reinigen Mischungen betrug 43,7 dt/ha bei der Sorte Charada, und das ist um 15,6 dt/ha weniger als bei der Sorte, deren Ertrag maximal war.

Genug hohes Ertragsniveau wurde in den folgenden Mischungen festgestellt: Radyvonivka + Karmelyuk – 51,0 dt/ha; Radyvonivka + Ariyivka – 49,7 dt/ha; Karmelyuk + Ariyivka – 48,0 dt/ha; Charada + Ariyivka – 46,0 dt/ha; Charada + Radyvonivka – 47,0 dt/ha. Während der Forschung wurde bestimmt, dass einige Sorten in den Mischungen ihre Ertragsfähigkeit gesteigert haben, aber in einigen Fällen vermindert haben. So in der Forschung ist die Ertragsfähigkeit der Sorten Charada, Ariyivka in den Mischungen im Vergleich zur reinigen Saat gestiegen, und die Ertragsfähigkeit der Sorten Karmelyuk und Radyvonivka ist umgekehrt im Vergleich zur reinigen Saat gesunken.

Bei der Forschung wurde die Ernte von 63,7 dt/ha aus der 4-Komponenten-Mischung erreicht. Deshalb können wir sagen, dass die in der Forschung genutzten Sorten miteinander nicht konkurrieren. Wir vermuten, wenn die Ertragsfähigkeit in der 4-Komponenten-Mischung gesunken wäre, dann könnten wir behaupten, dass der Grund in der Konkurrenz der Sorten miteinander lag. Aber die Ernte ist gestiegen, deshalb können wir sagen, dass alle Bestandteile in der 4-Komponenten-Mischung miteinander nicht konkurrieren und das gesamte Ertragspotential auf die Ertragssteigerung gerichtet war.

Aufgrund der durchgeführten Forschungen empfehlen wir die Weizensorten der Winterzüchtung der PSAA für weite Anwendung bei der Produktion sowohl für die Samenzüchtungsziele als auch für die Ziele der Lebensmittelproduktion.

Список використаних джерел

1. Тищенко В. М. Зв'язок агрономічних ознак з продуктивністю колоса озимої пшениці на ранніх етапах селекції. // Збірник наукових праць селекційногенетичного інституту. – Одеса, 2004. – № 6 (46). – С. 111-123.
 2. Тищенко В. М. Методичні рекомендації. Нові підходи в регіональній селекції і насінництві озимої пшениці. – Полтава, 2008. – 56 с.
 3. Тищенко В. Н. Влияние сроков посева на изменчивость хозяйственнополезных признаков у гибридных линий (F5) озимой пшеницы. // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – Полтава, 2002. – № 4. – С. 5-8.
 4. Дзагова С. В. Вплив урожайності на якість зерна / С. В. Дзагова. – Зернове господарство. – 2004. – № 4 – С. 8-9.
-

CESAREAN SECTION IN DOGS

**Логунова М. П.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Ветеринарна медицина»
факультету ветеринарної медицини
Консультант з іноземної мови –
Сільчук О.В., к. п. н., старший викладач**

A caesarean section, or C-section, is major surgery performed to remove puppies from the uterus. This is most commonly performed as an emergency procedure when there is difficulty with natural birth. Most dogs recover quickly from this procedure; however, if your dog was in labor for several hours before surgery was performed, her recovery will be slower, and she will need extra attention and help with her puppies.

What should we expect during the mother's recovery period?

The mother has been given an anesthetic that should be eliminated from her body quickly. Most dogs have fully recovered from anesthesia by the time they are discharged to go home. Complete recovery from anesthetic may take two to six hours, depending on the anesthetics used, the mother's physical condition and age at the time of surgery, and how long she was in labor before the surgery.

«During the immediate recovery period, she must be closely monitored so that she does not fall and hurt herself, or roll over and crush the newborn puppies.»

During the immediate recovery period, she must be closely monitored so that she does not fall and hurt herself, or roll over and crush the newborn puppies. The puppies should not be left alone with her until she is completely awake, able to stand on her own, and interested in caring for her puppies. [1]

The mother should begin eating within a few hours. You should offer her small amounts of food and water frequently (every 15 to 30 minutes) for the first 24 hours after surgery. If she eats or drinks too much or too quickly, she may vomit. Her food intake at this time should be about one-and-a half times her normal food intake. By the third or fourth week of nursing, her food intake may be 2 to 3 times normal. She should be fed a premium brand high-quality dog food dur-

ing the period of nursing in order to provide the appropriate nutrition for her and her litter.

«Do not give your dog any medication, including herbal preparations, without consulting your veterinarian.»

The mother's temperature may raise 1°-2°F (0.5-1.0°C) above normal the first 1-3 days after delivery, then it should return to the normal range. The normal range is 100°-102°F (37.8°-38.9°C). Do not give your dog acetylsalicylic acid or ASA (Aspirin®), acetaminophen (Tylenol®) or any other medication, including herbal preparations, without consulting your veterinarian. If the mother's temperature goes above 104°F (40°C), she and her litter should be examined by your veterinarian as soon as possible. [1]

Is a bloody vaginal discharge from the mother normal?

A bloody vaginal discharge is normal for three to seven days following birth. It may be quite heavy for the first one to three days after delivery and then begin to diminish. If it continues for longer than one week, or if it changes color or develops an odor, the mother should be checked for the presence of infection or other complications. If she had an ovariohysterectomy (was spayed) at the time of the C-section, she should have little or no vaginal discharge. [2]

When are the mother's stitches removed?

The stitches may or may not need to be removed, depending on the type of suture material used. Many veterinarians will use internal, absorbable sutures that will not be visible and do not require removal. As a general rule, if the stitches are visible, they will have to be removed, usually 10 to 14 days after surgery. If skin staples were used, they will also require removal in 10 to 14 days. [2]

How should we care for the puppies?

The puppies should be ready to nurse as soon as you arrive home. Although the mother may not be awake enough to nurse the puppies alone, you can help by making the mother lie still so the puppies can nurse. Gently place the puppies near the mother's teats. If a puppy seems reluctant to nurse, you may gently massage the teat to express some milk, which may induce the pup to begin nursing. [2]

How warm should the room be where the puppies are?

«A newborn puppy is not able to regulate its body temperature very well.»

A newborn puppy is not able to regulate its body temperature very well. As long as the puppies stay near their mother, the room temperature is not too critical. However, if they are not with their mother, the room temperature should be 85°-90°F (29.4°-32.2°C). To avoid any chance of hypo- or hyperthermia (chilling or overheating), the newborns should be kept inside the house if possible. [2]

Thus, for healthy bitches and puppies undergoing hysterotomy, reported neonatal survival rates are 70 percent to 90 percent. The rates are considerably lower if the mother is in poor condition or has undergone a prolonged dystocia pre-operatively. Maternal mortality rates are reportedly 0 to 2 percent in dogs and cats.

Intra-operative endometrial hemorrhage is possible, especially at sites of placental attachment. If this occurs, administer oxytocin and apply pressure. If bleeding is profuse and intractable, ovariohysterectomy should be recommended.

Potential post-operative complications include persistent hemorrhage, pyometra, mastitis, wound infection and peritonitis.

References

1. Caesarean Sections in Dogs – Post Operative Instructions [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://vcahospitals.com/know-your-pet/caesarean-sections-in-dogs-post-operative-instructions>. – Назва з екрана.

2. Cesarean section in dogs: indications, techniques [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://veterinarynews.dvm360.com/cesarean-section-dogs-indications-techniques>. – Назва з екрана.

STRATEGIES FOR REVIVING THE JAPANESE ECONOMY

*Людвік А. Д.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Консультант з іноземної мови –
Сільчук О.В., к. п. н., старший викладач*

All the countries around the world have certain targets for becoming an ideal and economically stable nation. Countries strive hard to achieve such targets or goals. New economic system of Japan needs to be built in which people will be able to recover confidence toward the future. To this end, fundamental structural reforms in both the public and private sectors are indispensable and require strong political leadership, entailing a bold review of all existing systems without exception. Without them, reviving the Japanese economy is hopeless.

The Japanese economy still enjoys a high-quality and diligent labor force supported by internationally high standards of education. This indicates that the development base for further growth remains sound and safe. What is needed is the quick reformation of the old, malfunctioning system into a new one in which the merits of the incumbent system are reserved and the potentials of the Japanese economy are made best use of. Recognizing this, the Economic Strategy Council proposes the following five recommendations as strategies for economic revitalization.

First of all is «Scenarios for Economic Recovery and a Road Map Toward Sustainable Government Balances». It is to show clearly the scenario for economic recovery, and to eliminate fears held by both ordinary people and the market of a fiscal crisis. The Japanese economy has maintained its potential growth rate of slightly over 2 percent per annum. By completely clearing the legacy of the bubble economy and by indicating to people the bold steps of structural reforms, it may be possible to recover expectations on future growth. If that happens, the economy would be able to shift to a true recovery path within two years.

The next strategy is «A Competitive Society with Soundness and Creativity and Preparing Safety Nets». The second recommendation is to build a competitive society with soundness and creativity and to leave behind regulations, excessive

protection, and the "convoy" system. The Economic Strategy Council judges that the economic revival of Japan would be impossible without reforming the current employment system of government employees, strongly implementing various institutional reforms including deregulation, improving the accounting methods in the public sector, fundamentally restructuring the Fiscal Investment and Loan Program, and streamlining the bloated and inefficient governments. At the same time, institutional reform is to be done to reorganize the local government system to help economically and financially sagging local areas to become self-supporting.

The third strategy is called «Complete Settlement of the Bubble Economy and the Establishment of a Financial System for the 21st Century». It is to bury the legacy of the bubble economy in all fields and to reform the financial system, which has been excessively dependent on indirect financial intermediation, into one appropriate for the 21st century. The complete settlement of the bubble economy means that the reorganization of financial institutions needs to be facilitated, and that the real disposal of bad loans, i.e. liquidation of real estate collateral, must be promoted. To this end, it is urgent to establish a new system and revised institutions.

On the other hand, to revive the Japanese economy, it is important to immediately restructure the malfunctioning system of indirect financial intermediation.

The fourth strategy is «Industrial Revitalization With Vigor and International Competitiveness». It is to prepare as quickly as possible the frameworks for industrial revitalization with vigor and international competitiveness. To this end, the government needs to provide an environment in which companies will be able to eliminate excess business machinery and invest their resources heavily in promising industries. The important points are fostering an environment in which failed entrepreneurs can try again, activating the replacement of old industries with new ones, enabling challenges for new businesses, supporting the reorganization of enterprises and the introduction of new management, and providing an environment in which management resources are poured into promising industrial sectors.

Finally, the strategy is «Strategic Infrastructure for the 21st Century and Regional Revitalization». The last recommendation is to provide strategically important infrastructures for revitalizing the economy and realizing a higher standard of life in the 21st century.

Thus, we can say that the strategic projects include urban revival, environment, information infrastructure, education and human resource development, social welfare, and housing. These are of highest importance to the government for the 21st century. Investment there should lead to new business creation and revitalization of local economies, and allow for the maximization of private initiatives.

References

1. Obuchi K. Strategies for Reviving the Japanese Economy. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [<http://japan.kantei.go.jp/senryaku/intro.html>]. – Назва з екрана.
 2. Словник обліково-економічних термінів. / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця, проф. М. Добії, проф. Т. Б. Трифонова. – Житомир : ЖДТУ, 2004. – 384 с.
 3. Заплішна К. Business English. Словник-довідник з ділової англійської мови. / Заплішна К. – Харків : Школа, 2010. – 544 с.
-

THE INFLUENCE OF THE INTENSITY OF FIRM'S INTANGIBLE ASSETS ON THE VOLATILITY OF THEIR STOCK PRICES

*Мауер Д. Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «ФБСС»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Сахарова Л. М., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства*

The volatility of share prices is an important variable in most asset pricing models and option pricing formulas. Valuation of volatility of share prices have become a major challenge with the development of the knowledge-driven economy as evidence suggest that not all elements of company wealth are physical in nature.

The rise of intangible assets size and the contribution to corporate growth over the last two decades posed an interesting topic for analysis. The increasing importance of intangible assets and the absence of explicit information about the contribution of intangible to earnings imply strong market incentives for analyst to provide value-added information for high-intangible firms. Goldfinger suggest that the source of economic value and wealth is no longer the production of material goods but the creation and manipulation of intangible assets. [1]

The increase in information complexity of intangible assets increases the difficulty of forecasting earnings of intangibles-intensive firms. Chan, Louis K.C., Lakonishok, Josef and Sougiannis, Theodore suggested that companies engaged in high R&D intensity have a distinctive effect on returns using two groups of stocks. Within the set of growth stocks, R&D-intensive stocks tend to out-perform stocks with little or no R&D. Their tentative investigation of the effects of advertising on returns yields similar results. They provided evidence that R&D intensity is positively associated with return volatility.

The pharmaceutical industry expends billions of dollars yearly on intangibles, all in the pursuit of greater profits. Thus, investors are naturally interested in whether intangible assets and expenditures truly create shareholder value. In a paper by Heiens, Richard A; McGrath, Leanne C; Leach, Robert T, four intangibles, namely advertising, research and development (R&D), goodwill and other intangibles, are investigated to establish their effects on market-adjusted holding period returns (HPR). Their results seem to indicate that of these variables, advertising does in fact seem to have a significant and positive impact on HPR. [2]

There are observations that the stock market behavior of the so called 'knowledge companies' frequently deviates from that of basic industries. There also exists some evidence supporting a positive correlation between a firm's intangibles and its share market value. The increasing importance of intangible assets to investors, analyst and shareholders has increased investment community's needs to understand how companies create and manage their intangible assets, and to know how companies share prices are affected by intangible assets.

Intangible assets that are accounted for are mostly those whose costs are expensive when incurred such as R&D and advertising. Lev and Sougiannis speculated that the excess returns reflect either stock market mispricing, or represent compensation for the extra risk associated with R&D intensive firms. A follow-up study by Lev and Sougiannis after conducting a series of tests, they conclude that the excess returns are more likely a consequence of additional risk. Later studies, however, switch their focus from R&D intensity defined based on the estimated amount of R&D assets to change in R&D assets because observations suggest that it's not the absolute levels of R&D assets that affect the persistence of earnings. These papers document evidence consistent with the hypothesis that the market is, to some extent, fixated on earnings and does not fully understand the impact of R&D accounting on earnings quality. The conference paper by Chambers, Jennings and Thompson provides more compelling evidence supporting the risk explanation and they show that earnings volatility of R&D intensive firms is high, which is consistent with prior findings.

The work of Pastor and Veronesi provides interesting insights on the relationship between innovation, uncertainty and volatility of stock prices. They claim that if one includes the effect of uncertainty about a firm's average future profitability into market valuation models, then bubbles can be understood as emerging from rational, not irrational, behavior about future expected growth. It thus follows from the result in Pastor and Veronesi that uncertainty about average productivity increases market value. They extend the model to explain why technological revolutions cause the stock prices of innovative firms to be more volatile and experience bubble like patterns. The basic idea is that when a firm introduces a new technology, its stock price rises due to the expectations regarding the positive impact of the new technology on its productivity. Volatility also rises because risk is idiosyncratic when technology is used on a small scale. When the new technology gets adopted throughout the economy, the risk becomes systematic causing the stock price to fall and volatility to decrease. This bubble like behavior is strongest for those technologies that are the most uncertain. [3]

Список використаних джерел:

1. Campbell, J.Y., Lettau, M., Malkiel, B.G., and Yexiao, X. (2014). "Have Individual Stocks Become More Volatile? An Empirical Exploration of Idiosyncratic Risk," *Journal of Finance*, 56: 1-43.
 2. Chan, Louis K.C., Lakonishok, Josef and Sougiannis, Theodore, 2015) "The Stock Market Valuation of Research and Development
 3. Griliches, Z., Hall, B., and Pakes, A. (2015). R&D, Patents and Market Value Revisited: Is There a Second (Technological Opportunity) Factor?" *Economics, Innovation and New Technology*, Vol. 1: 201-205.
-

THE LANGUAGE OF ADVERTISING: ANALYSIS OF ENGLISH ADVERTISING TEXTS

*Падалка Ю.В.,
здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Маркетинг»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Долгополова М.В., викладач кафедри іноземних мов
та українознавства*

The immense growth of technology and the quick spread of worldwide communication and marketing during the last century triggered the proliferation in promotional genres, advertising among them. The self-evident goal of advertisements is to persuade consumers to act or think in a textually determined way in order to boost sales of particular commodities and services. In order to capture attention, convey the message and persuade the consumer, advertising texts use a range of manipulative language devices. Moreover, different cultures may have different expectations with regard to stylistic choices, language use and other preferences in the same genre. The aim of this study is to compare and identify the characteristic features of language in English advertising texts. This will help to assess the typical patterns of the advertising genre.

For the analysis, only the textual part of advertisements is considered; it is viewed as one of the most important elements of the overall advertising message. The corpus is analyzed through the parameters of linguistic devices, syntactic features and language-use in English advertising texts.

The language of advertising of the source culture may exhibit certain features which would not sound natural or would not achieve the intended effect if translated into the target culture literally.

Advertising as a genre is classified under the category of appeal-oriented texts, having the predominant function of persuasion. A commercial advertisement strives at persuading the reader to buy the advertised product.

Dominant communicative purpose of advertising genre is persuasion.

The main function of the ad text is to implement the intention of its author. The text is communication unit, which is inherent in the functional organization.

There are three basic types of advertising text [2, p.118]:

1. Sponsored introductory texts, study nature;
2. Advertising texts that have to consolidate the current level of demand for the product.
3. Advertising texts whose main purpose is phasing out activities on certain goods stirred caused by its replacement or removal from circulation.

In general, each of the above types of advertising text pretty inherent diversity inherent to them, functions. Thus, the dominant feature of the first type of texts are informative and educational, the second type of texts defining role belongs to the expressive features of the third type text prevails appeal by function, which is to

appeal to the positive experience of the consumer, to emphasize its focus on popularity and benefits of the goods that advertised for a long time.

Identifying the variation of language use, or register, within the specific situation is considered to be a prerequisite for successful translation and rendering of the foreign message. Register can be defined as a set of lexical and grammatical features that accompany and help to identify discourse that occurs in a particular recurrent situation. They distinguish a number of linguistic features typical of the English advertising register: imitation of spoken language; short, elliptical sentences; positive evaluative expressions and abundance of stylistic means affecting the audience (proverbs, puns, alliterations, rhyme, etc.) [3, p.50]. The listed features of language are culture-specific in their use and intensity within the same register.

In sum, English advertisements employ large numbers of repetitive devices which help to impress the audience through the constant emphasis of key words and ideas.

The extensive use of rhetorical devices in English advertisements helps to appeal, interest and surprise the audience. Repetition, ellipsis, preterition, wordplay, metaphoric language, personification, rhetorical question, overstatement and simile appear to be especially common.

Syntactically, English slogans tend to be simple, highly elliptical declarative or directive sentences most often including only relevant rhematic information. As to the body texts, the typical composition is a combination of simple and multiple sentences. Ellipses are not as frequent as in the slogans for the sake of explicitness. As well as in the slogans, statements are common and negations avoided. Moreover, questions framing the text can be met.

Список використаних джерел

1. Г. О. Абрамова. Про лінгвістичний аналіз рекламного тексту. / Культура слова.- Київ, 1981.- Вип.21.
 2. Є. Коваленко. Рекламний текст як основна одиниця рекламної комунікації: особливості лінгвістичного аналізу. / Філологія (Збірник наукових праць). - Київ, 2009.- 300 с.
 3. Jurgita Vaičėnonienė. The Language of Advertising: Analysis of English and Lithuanian Advertising Texts. / STUDIES ABOUT LANGUAGES, 2006. NO. 9. – P.43-53.
-

PECULIARITIES OF MODERN ACCOUNTING DEVELOPMENT

*Палій М.О.,
здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Люлька В.М., кандидат філологічних наук, доцент*

In Ukraine the reform of the national accounting system started more than five years ago, it began operating in accordance with the requirements of the market economy and international accounting standards. During this time there have been significant changes in the accounting system. Therefore, considering the current characteristics of accounting is very important for the formation of perspective directions of its development.

The purpose of our research is to study modern accounting features in Ukraine and perspectives of its development.

A study of the current state of development of accounting is widely discussed in the accounting and economic literature. Special attention is deserved by the works of domestic scientists, in particular, F. Butynets, M. Pushkar, V. Sopka, S. Golova and others.

It should be noted that the problem of determining the perspective directions of development of accounting is rather ambiguous. Debatable issues contained within the answer to the question about the formation of the modern paradigm of accounting and reporting and the definition of priority directions of development of accounting. The feature of modern stage of development of accounting in Ukraine is the existence of financial and tax accounting at the same time. Today, the existence of two parallel systems of accounting is due to the fact that financial and tax accountings have different goals. Financial accounting aims to provide reliable information about the financial condition of the company for the potential investor and tax accounting performs fiscal and regulatory functions. Tax accounting is complicated by the constant changes in tax legislation. In addition, it brings additional costs to the enterprise.

It should also be noted that today financial accounting is relegated to second place after the tax account and have not been properly maintained. In most enterprises, there is a tendency of transformation of financial accounting in the tax. Focuses on accounting of incomes and expenses for calculation of tax amounts.

Scientists believe that today there is urgent need to involve indicators of tax accounting in the financial accounting system. The system of double accounting is burdensome on both the enterprise level, and at the state level. We believe that this is necessary to maintain a single accounting that would fully reflect the requirements of the tax authorities. Tax reporting should be based on the basis of these financial statements. And this requires a unified methodology for the formation of income and expenses in tax and accounting. It is impossible not to agree with the opinion of Professor F. Butynets that today's accounting is focused on the imple-

mentation of International financial reporting standards, which do not give the owner, in addition to confusion in the accounting of assets and financial results [1, p. 30].

The main weaknesses of the national provisions (standards) of accounting is the fact that they do not cover all international financial reporting standards do not provide clear accounting methods impose strict forms of financial reporting, very concise and do not contain explanations regarding the application of certain provisions [2].

In addition, the national provisions of accounting which are developed require the improvement of certain provisions of the owner. Also in accounting and economic literature increasingly appears in scientific works related to the study of historical stages of development of accounting. Feature the examination of any account of category should be deep and comprehensive historical study of its inception to the present day. Unfortunately, even today very few scientific papers devoted to the evolution of these new categories of accounting: intangible assets, proceeds, securities, etc. So, an important direction of development of accounting is the study of the historical aspect of the development of new accounting categories.

The current stage of accounting development suggests a theoretical justification of new approaches to the application of existing accounting knowledge. The most important problem is the generalization of existing knowledge and bringing it into the system. Further development of accounting should occur in the direction of continual review and improvement of the theoretical foundations of accounting taking into account the best scientific achievements of representatives of various national schools of accounting[2, p. 153].

The development of accounting practices requires scientific development of his theory with the use of computer information technology. Today, the development of accounting occurs under constant application of computer technology. We believe that special attention should be paid to the use of computer technologies in the operational account.

Summarizing the above material, it is possible to get a certain picture of what the priorities in development accounting are: the convergence of accounting and tax accounting; the study of the historical aspects of the development of new accounting categories; improving the theoretical foundations of accounting with the basis of the best scientific achievements of representatives of various national schools of accounting; using of computer technologies in the operational account.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі: [підручник] / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюха. – Житомир: Рута, 2011.– 576 с.
 2. Захарова В.Б. Бухгалтерський облік в галузях економіки: [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / В.Б. Захарова, М.Ф. Базас.– К.: МАУП, 2012.– 968с.
-

MODERN TENDENCIES IN INTERNATIONAL AGRICULTURAL TRADE

*Перепадченко Т.О.,
здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Агрономія»
факультету агротехнологій та екології*

*Науковий керівник –
Люлька В. М., кандидат філологічних наук, доцент*

Agriculture, despite the growing and dominant role of the tertiary sector in the global economy, is an important link in the development of human civilization. The availability and quality of food in the first place depends on physical existence and health of billions of people. On the other hand, the development of the agricultural sector of the state is a key element in shaping its food security. The relevance of this research topic for Ukraine due to the fact that the agricultural sector has acquired a new meaning in the context of the rapid growth in production and export of agricultural products from Ukraine during the last decade.

An important contribution to the study of the subject, including the study of the role of Ukraine in the global agricultural market, our scientists like Batyhina A., S. Marchenko, V. Urkevych V. Yarmolenko, but the study of agricultural trade requires taking into account the dynamic changes recent years and months, including economic, such as integration processes and political and military.

The article is an analysis of the trends and characteristics of world trade in agricultural products and determining the place and role of Ukraine in these processes. The object of the study serves as world trade in agricultural products as an important element of the global trading system. The subject of the study is the current trends in agricultural trade.

In present conditions agriculture remains an important sector of the global trading system. The demand for agricultural products increases with the increase of consumers in the global economy. Over the past 55 years the world's population increased more than twice, but this growth is primarily due to countries with low income, where the problem of food shortage is especially acute [3].

In today's global agricultural markets identified two main qualitative trends. The first is that the growing problem of hunger has given impetus to enhance the production of genetically modified agricultural products consumed on the domestic market of individual countries and implemented internationally. Traced the transition from full and categorical rejection of produce and consume genetically modified products to legalization within acceptable limits cultivation of certain agricultural products and expanding research in this area.

Another growing trend in international agricultural trade is the production and marketing of organic products that significantly intensified at this time. Obviously, the demand for genetically modified products mainly emerges population less developed countries. So these two trends on the international agricultural markets can explain the simultaneous existence of demand for high-quality and safe food prod-

ucts from developed countries and the need to overcome hunger in developing countries, due to the consumption of genetically modified products.

Key importers of agricultural and food products are the EU, US, China and Japan. An interesting comparison in terms of trends of specialization is the study of agricultural markets by major exporters. According to information made by public organization "International Trading Center", who made a selection of leading export of certain types of agricultural products. Brazil and the US are leading export once several products (soybeans, wheat, sugar, meat) [2].

Agriculture Ukraine has considerable natural competitive advantages, among them there is a huge area of agricultural land, favorable natural conditions, proximity to major markets, developed transport network, the availability of relatively cheap labor force, etc.

The analysis of Ukraine's foreign trade in agricultural products by product indicates the following. The structure of exports of agricultural products from Ukraine primarily is determined by intra-specialization. The main direction of Ukrainian agriculture is the crop (70% produced agricultural products). In the structure of gross agricultural output the most important play grain and leguminous crops, industrial crops and vegetables. Livestock (remaining 30% of the production of agricultural products) consists mainly of livestock and poultry, milk and eggs. Ukraine is one of the world's largest producers and exporters of agro-products business, growing more than 60 million tons of grain and more than 10 million tons of oilseeds per year and is the leading world exporter of sunflower oil (56% of world exports) [1, p. 54].

On the import of agricultural products, Ukraine is a net importer of live animals and fish, nuts and spices, meat products and fish. The largest share in the structure of import of major products of the agricultural sector are: fruits, nuts and peel; tobacco and its products; fish, crustaceans and mollusks; cereals; coffee, tea, spices; chocolate, cocoa; oil; meat and offal. Most products in Ukraine imported from Poland, Germany and Turkey. The main markets for Ukrainian agricultural production today are Asia and the EU. In addition, the Ukrainian agribusiness exports to the CIS countries, Africa and other countries[1, p. 79].

Agriculture is of particular importance in the global economy. The growth of the world population on the one hand and increasing demands for quality and range of food on the other form the major trends in world agricultural trade - increased production of genetically modified products and the development of organic food segment. Countries with developed economies (especially the EU, US, Japan) are the main importers of agricultural products, while exporting a large number of products through a highly efficient organization of production and application of leading science and technology (mainly European countries). At the same time, the share of food in total imports of these countries is small, unlike the developing countries, which is the bulk of food imports. In Ukraine agriculture has considerable development potential and certain export specialization. In the face of deteriorating trade relations with Russia agricultural trade with the EU is of particular importance in terms of reorienting sales of "Oriental" to "the western ny" direction and position of the conquest of new market segments for certain products within specified tariff quotas.

Список використаних джерел

1. Зовнішня торгівля України товарами і послугами у 2015 р. (статистичний збірник). – К.: Держкомстат. – 2016. – 156 с.
 2. Trade statistics for international business development. The structure of world exports of agri-food products and leading exporting countries [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.trademap.org/Country_SelProduct.TOTAL
 3. Top 10 positions of world imports of agri-food products [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx
-

METHODS OF FINANCIAL ANALYSIS

Писанка В.О.,
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Долгополова М.В., викладач кафедри іноземних мов
та українознавства

Conducting a review of how a business is performing can prove daunting, since it requires an organised collection and evaluation of financial information. Financial analysis may be defined as the process of highlighting the financial strengths and flaws of a business by studying both the balance sheet and income statement elements. Financial statements produce a summary of data from which important analysis and interpretation can be made.

There are three main methods of financial analysis [1, p.56]:

1. *Horizontal and vertical analysis*

When using the horizontal analysis method, financial information is compared over a sequence of reporting periods. The vertical analysis method allows analysing financial information in a proportional manner, where every line item on a financial statement is recorded as a proportion of another item. Naturally, this implies that each line item detailed on the income statement is quantified as a proportion of gross sales, whereas each line item detailed on a balance sheet is quantified as a proportion of total assets.

2. *Ratio analysis*

Ratios are used to calculate the comparative size of a number in relation to another number. After a ratio is calculated, it can be used to compare a similar ratio calculated for a previous period, or a ratio founded on an average of a particular industry in order to establish whether the company's performance is in harmony with set expectations. In a typical financial analysis exercise, the majority of ratios will be within set expectations while a few will highlight potential issues, thereby attracting the reviewer's attention. Ratios have been generalised into four categories namely: liquidity ratios, activity ratios, leverage ratios, and profitability ratios.

3. *Trend analysis*

This entails reviewing financial statements of three or more periods, an extension of horizontal analysis. The earliest year in the set data represents the base

year. In trend analysis, users assess statements for incremental change patterns. A change in financial statements can indicate that there are either increased income or decreased expenses.

Financial statement analysis involves the identification of the following items for a company's financial statements over a series of reporting periods [2, p.116]:

- Trends. Create trend lines for key items in the financial statements over multiple time periods, to see how the company is performing. Typical trend lines are for revenues, the gross margin, net profits, cash, accounts receivable, and debt.

- Proportion analysis. An array of ratios are available for discerning the relationship between the size of various accounts in the financial statements. For example, you can calculate a company's quick ratio to estimate its ability to pay its immediate liabilities, or its debt to equity ratio to see if it has taken on too much debt. These analyses are frequently between the revenues and expenses listed on the income statement and the assets, liabilities, and equity accounts listed on the balance sheet.

Financial statement analysis is an exceptionally powerful tool for a variety of users of financial statements, each having different objectives in learning about the financial circumstances of the entity.

While financial statement analysis is an excellent tool, there are several issues to be aware of that can interfere with your interpretation of the analysis results [1, p.403]. These issues are:

- Comparability between periods. The company preparing the financial statements may have changed the accounts in which it stores financial information, so that results may differ from period to period. For example, an expense may appear in the cost of goods sold in one period, and in administrative expenses in another period.

- Comparability between companies. An analyst frequently compares the financial ratios of different companies in order to see how they match up against each other. However, each company may aggregate financial information differently, so that the results of their ratios are not really comparable. This can lead an analyst to draw incorrect conclusions about the results of a company in comparison to its competitors.

- Operational information. Financial analysis only reviews a company's financial information, not its operational information, so you cannot see a variety of key indicators of future performance, such as the size of the order backlog, or changes in warranty claims. Thus, financial analysis only presents part of the total picture.

Список використаних джерел:

1. Білик М. Д. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Пригуляк, Н.Ю. Невмержицька. - К.: КНЕУ, 2005. - 592 с.
 2. Сухарев П. М. Фінансовий аналіз: навчальний посібник [Текст] / П.М. Сухарев, Т.Д. Косова, І.В. Сіменко. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. - 299 с.
 3. Баканів М.І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / М.І. Баканів. - К.: Кондор, 2009. - 296 с.
-

PAPER RECYCLING AS A NEW METHOD OF FORESTS' SAVING

*Подлесний А.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Екологія»
факультету агротехнологій та екології*

*Консультант з іноземної мови –
Сільчук О.В., кандидат педагогічних наук, старший викладач*

Paper recycling may be defined as a range of activities associated with the recovery and processing of scrap paper so that it can be used in the production of new paper products.

The first large scale paper recycling is believed to take place during the World War I in the U.S. In the Second World War, paper recycling once again received a significant boost caused by the need for materials. With the passage of time, the paper recycling rate slowly increased and according to sources, around 75 percent of paper and paperboard mills in the United States use recovered paper in the production of new paper. The same report states that 40 percent of the mills rely only on recycled paper. [1]

Nearly all kinds of papers are recyclable. Paper items which are not typically acceptable in collection bins include brown and craft envelopes, carbon paper, paper towels, tissues, candy wrappers, coffee cups, and pizza boxes. Some of the most commonly recycled paper items include cardboard, newsprint and magazines, manuals and booklets, and assorted office papers. [2]

The paper recycling process involves a number of steps, including collection, transportation, sorting, processing into usable raw materials and finally using that raw material to produce new paper products. Processing also includes several steps:

Making Pulp or Slurry: Pulping involves water and chemicals. In order to pulp the paper, machines first chop it before water and chemicals are added. Then the mixture is heated to break the paper down more quickly into paper fibers. Finally, the mixtures turn into a mushy mix, known as a slurry or pulp.

Pulp Screening and Cleaning: To remove contamination from the pulp, the pulp is forced through screens with holes of different sizes and shapes to remove contaminants such as globs of glue and bits of plastic.

De-inking: After screening and cleaning come de-inking, which involves removing ink from the paper fibers of the pulp while sticky materials known as “stickies” such as adhesives and glue residue are also separated.

Refining, Color Stripping, and Bleaching: In the refining stage, the pulp is beaten to make the paper fibers swell. Beating the pulp also separates individual fibers to facilitate new paper production from the separated fibers..

New Papermaking: In the final stage of the paper recycling process, the cleaned paper pulp is then ready to be used in the production of new paper. Normally, the pulp is blended with virgin wood fibers to provide the new paper with

added smoothness and strength. The recycled paper fibers can be used alone as well, however. [2, 3]

So, the paper recycling rate continues to improve. The industry has been negatively impacted by depressed global prices and challenges associated with contamination during the curbside recycling process. One positive development has been an increase in curbside OCC generation, which is attributed to the growth of e-commerce and home delivery. In fact, paper is increasingly used more for packaging and less for communication, resulting in an evolving mix of material being generated.

References

1. How paper is recycled? [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.recycling-guide.org.uk/science-paper.html>. – Назва з екрана.
 2. Paper & Paperboard Recovery? [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.paperrecycles.org/statistics/paper-paperboard-recovery>. – Назва з екрана.
 3. Fun Facts [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.paperrecycles.org/about/fun-facts>. – Назва з екрана.
-

ЖИВИЙ СВІТ ПРИРОДИ В ПОЕТИЧНІЙ ТВОРЧОСТІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

*Совершенство П.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Економіка»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –*

Дедушно А. В., кандидат філологічних наук, старший викладач

Творчість Тараса Шевченка – «глибока криниця, з якої п'є цілющу воду не одне покоління українців» [1, с. 72]. Поетичні твори співця краси рідного краю допомагають нам пізнавати рослинний і тваринний світ нашої країни. Доля поета була нелегкою, більшу частину свого життя він провів на чужині, але краса української природи надихала великого Кобзаря, від цієї краси він отримував творче натхнення.

Співцем волі, добра і кохання в поезії Т. Шевченка є соловейко. Образ пташки передвіщає справжню весну в лісах та гаях. Тільки тоді соловейко розпочинає оспівувати весну, коли нап'ється води з березового листя, і співає доти, доки цвітуть сади. Обсипається цвіт – поступово стихає солов'їний спів. Соловейко приносить добру звістку про милого:

І місяць з зорями сів,
І соловейко на камені
То затихав, то щебетав,
Святого бога вихваляв.

Зозуля – символ суму і вдівства, нещастя і туги. Кобзар показав, що вона має вищий дар – «кукує» людині літа, щасливі або нещасливі:

Ой зозуле, зозуленько,
На що ти кувала,
Нащо ти їй довгі літа
Сто літ накувала?

В образах голуба та голубки втілені символи ніжності й кохання. У творах поета голуб – козак, любий, батько, а голубка – мати, кохана, сестра, голуби – то закохані:

Чи винна голубка, що голуба любить?
Чи винний той голуб, що сокіл убив?
Сумує, воркує, білим світом нудить,
Літає, шукає, дума – заблудив.
Щаслива голубка: високо літає,
Полине до бога – милого питать.

У поемі «Сова» змальовано трагічну долю матері-вдови, у якої забрали в солдати єдиного сина. Злидні, безправ'я, безнадійність побачити сина послужили причиною божевілля жінки:

В садочку темному ягнята
Удень пасуться. А вночі
Відчують сови та сичі.
І гай сумує, похиливсь.
У гаї пташка не співа...

Символом люті, підступності й лукавства є гадюка. У творах поета вона – гадина, змія – сприймається передовсім як символ ворожості:

Ростуть мої близняточка,
А я утішась,
І з злою гадюкою
Я знову кохаюсь...

В образі орла поет уславлює бандуриста-співця, пісня якого має силу і крила, йде в народ:

Бандуристе, орле сизий!
Добре тобі, брате:
Маєш крила, маєш силу,
Є коли літати.

Тарас Шевченко використовує образ сизого орла для характеристики козацької звитяги:

Літа орел, літа сизий
Попід небесами,
Гуля Максим, гуля батько
Степами – лісами
Ой, літає орел сизий,
А за ним орлята...

Шевченко обожнював природу. Його творчість закликає нас розуміти її, любити й берегти. І навіть у малому пташеняті вбачати її велике творіння. Адже відчувши себе в гармонії з природою, людина відчує гармонію в собі.

Список використаних джерел

1. Даниленко Л. І. Рослинний і тваринний світ у творчій спадщині Тараса Шевченка : навчально-методичний посібник / Л. І. Даниленко, Г. І. Даценко, З. Г. Куриленко. – Золотоноша, 2014. – 72 с.

2. Шевченко Т. Г. Кобзар / Тарас Шевченко. – К. : Дніпро, 1986. – 456 с.

ECOLOGICAL ASPECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN LIVESTOCK AND THE ENVIRONMENT

Солодовник М. А.
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
напряму підготовки «Екологія»
факультету агротехнологій та екології
Науковий керівник –
Сахарова Л. М., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства

In the nature, there is no viable ecosystem that can work without any negative feedback. Any interference with the system does not affect only in one way but it necessarily evokes another often unpredictable reactions. In Europe these days, there are quite natural self-regulating systems with closed energy flows rather exceptionally. This is due to a significant environment disturbance by humans. In terms of area, the main human activity interfering in natural ecosystems was agriculture. Agroecosystems are tightly connected with more natural, respectively near natural ecosystems. The mutual relationship is bidirectional (nutrient, organism and energy flows, impact on microclimate). In terms of ecological stability, agroecosystems show all disadvantages of juvenile (immature) ecosystems. *Some of the agroecosystem characteristics are:*

- additional external energy inputs, • significantly reduced biodiversity,
 - artificial support (selection) of dominant production species,
 - juvenile stage of succession,
 - reduction even paralyzing of self-regulatory processes, • significantly reduced degree of environmental stability
 - irreversible degradation processes occurrence
- Under the European conditions, there were historically evolved the mixed, commercially oriented, permanent, mechanized systems with high energy-material inputs, i.e. intensive farming systems. [1]

The external manifestation of the intensive agroecosystem is a high degree of landscape urbanization (natural vegetation suppression, sharp land boundaries, the amount of built-up areas, etc.). At the field level, the typical feature is the stand uniformity, inability to selfregulation, often poor ability to environmental adaptation, permanent soil erosion and the need to control other material and energy inputs. Intensive agroecosystems represent a significant spatial landscape heterogeneity reduction and the corresponding species diversity decline. In real-life work-

ing, the intensification is achieved in many ways which are often combined. In particular, the production is narrowly specialized (the number of cultivated plant species is decreasing to monocultures, with livestock, the specialization goes down to level of individual category breeding with no ties to the land and crop production). Significant intensification factors are concentration (production organisms' density increase in time and space), step land use (multistorey stables), high degree of mechanization even technological processes automation, intensive use of additional chemical inputs, energy and information. Highly intensive mechanized system is becoming completely dependent on external inputs (machinery, fuel, chemicals, seeds). High external energy-material inputs strongly reduce the systems energy efficiency. The ratio of energy input to energy gained from the crop is up to 3:1 while with non-intensive systems, it is 1:20 and more. Within highly intensive mechanized livestock production system, the energy balance is even less effective. However, these systems are very effective in the short term in terms of labor productivity and land utilization. On the contrary, extensive (low input) farming systems have almost the opposite characteristics. Their main feature is the external input reduction. Extensive agroecosystems are characterized by lower energy and material flows per a unit of area and usually higher diversity, less need for external intervention and greater stability and self-regulatory abilities. They significantly contribute to the conservation of natural resources. Lower inputs can be compensated by a quality management. Reducing inputs usually brings an agroecosystem production capacity reduction. Lower yields can be realized at a lower cost without a significant profit reduction. [2]

Soil is one of the most important natural resources and plays a key role in agriculture. Healthy soil is essential for growth and evolution of healthy plants. In addition to the production function, the soil has many other functions such as filtering, buffering, transformation and it is the environment for organisms and also its socio-economic function is not negligible.

A new global food system should assure that everybody has access to sufficient food and that poverty should be reduced significantly without doing damage to the natural environment. Despite of environmental disasters that attend it, agriculture is still potentially a renewable enterprise. In every century on a global scale, agriculture is seen as potentially renewable and fundamentally different from the industrial sector of society. It is only in the last 50 years, with the expansion of industry and the chemicalization of agriculture, that the inherently extractive economy has acted as though the renewable resources that support agriculture are fair targets for exploitation in industrial terms. That is what makes the modern era different.

Список використаних джерел:

1. Pfiffner L., Luka H. Effects of low-input farming systems on carabids and epigeal spiders in cereal crops – a paired farm approach in NW-Switzerland. *Basic and Applied Ecology* 2015; 4 117-127.
2. Schnug E., Haneklaus S. Landwirtschaftliche Produktionstechnik und Infiltration von Boden: Beitrag des ökologischen Landbaus zum vorbeugenden Hochwasserschutz. *Landbauforschung Volkenrode* 2014; 52 (4) 197-203

3. Siegrist S., Schaub D., Pfiffner L., Mader P. Does organic agriculture reduce soil erodibility? The results of a long-term field study on loess in Switzerland. *Agriculture, Ecosystems and Environment* 2016; 69 253-265.

EXAMPLE OF A TEXTUAL ANALYSIS OF A PRINT ADVERTISEMENT

**Фастівець П.С.,
здобувач вищої освіти I курсу СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Маркетинг»
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Долгополова М.В., викладач кафедри іноземних мов
та українознавства**

In today's fast-paced world, media texts such as advertisements aim to convey meaning with a single glance. Advert as subject for analysis: Dolce&Gabbana, *the one*.

Through using clever tools such as semiology, rhetorical, genre and narratology this can be achieved, meaning that adverts on billboards or in magazines can successfully get their message across with no more than a fleeting look. It is the selection and combination of different signs that allow us to convey meaning through print advertisement and the connotations that these signs have and what we determine from different types of signs, through the process of signification. These tools allow brands, products and often celebrities to combine, to anchor a product and create a naturalised myth of the product such as 'this perfume makes you beautiful', to sell it to the consumerist world. As we are now in an age of sophisticated advertising, there are no long written messages on the majority of print advertisements. It is down to certain tools to produce a complex network of signs to produce a direct anchored meaning and in most cases avoid polysemia.

There are many conventions that the genre of print advertisements and particularly fragrance advertisements adheres to and due to these common features we have certain expectations of what they will include [2, p.313]. Of a fragrance advertisement such as this advertisement for the fragrance *the one* we expect an air of glamour, beauty and attractiveness to be portrayed. It is a common convention for a celebrity such as a high profile actress or model to endorse the product and in this case the model/actress Scarlett Johansson is the focus of the current advertisement campaign for Dolce & Gabbana's fragrance *the one*, which has had a number of campaigns all of a similar nature. For example, the previous campaign was endorsed by the high-profile model Giselle, famous for her beauty. As a high profile celebrity Scarlett Johansson assures the credibility of the product is immediately boosted. This is a clever technique as many modern day females admire celebrities, their beauty and success, therefore not only noticing the product, but also associating it with her success, glamour and beauty.

On a denotative level, the advert appears just to be of a beautiful woman sat in her dressing room/bedroom, all quite simple, which relates to the simple name of *the one*. However, we can see as we study the tools used that the meaning goes much deeper than just what we see and that the makers of this advert have used certain tools to create a certain affect, such as to make them believe the myth created, that if they buy the fragrance they will become glamorous and seductive.

As an iconic sign, the well-known celebrity Scarlett Johansson is the focus of the print advertisement and the photographic rhetoric of the image means that her lips are the central apex of the picture.

The symbolic written text on the advertisement is in the signature font of Dolce & Gabbana and through this symbolic sign, the font is recognised and associated with the brand through a process of signification, with the signature font being the signifier and the brand being the signified. The use of a signature font is a typical convention of this genre and in this case is an indexical sign of cause and effect between Dolce & Gabbana's font and glamour/class/chic brand.

The fragrance name '*the one*' has a very direct meaning on a connotative level [1, p.47]. The name *the one* suggests it is the definitive/ultimate fragrance which reinforces the connotation of power that the advertisement relays to the viewer. The fact that the fragrance name does not include any capital letters, which suggests its simplicity and sends out the myth on a connotative level that its easy and simple to be glamorous with this fragrance. This lower case name also contrasts well with the brand name, which appears completely in capital letters which suggests that above all they are selling the brand and as such a well established brand the brand name *DOLCE & GABBANA* speaks for itself in selling the fragrance.

In conclusion, we can accept that this advert is cleverly crafted with many tools to create the ideas of glamour, beauty, luxury, seduction and femininity portrayed. We can also accept that it successfully connotes the myth that if we buy this fragrance *the one* we too, like Scarlett Johansson, will be beautiful, glamorous, attractive and more like the 'ideal' woman. However, it is impossible to deny that even though this advertisement appears to send out a direct meaning through signification, polysemia is an issue in retrospect of our culturally diverse western society and through this we can understand the reasoning behind marketing strategies and certain signs of the advert which connote a sense of the upper class. This cause of polysemia is now a large issue for advertisers, due to nations being so culturally diverse and is not just experience by Dolce & Gabbana.

Список використаних джерел

1. Jurgita Vaičėnienė. The Language of Advertising: Analysis of English and Lithuanian Advertising Texts. / STUDIES ABOUT LANGUAGES, 2006. NO. 9. – p.43-53.
 2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К.: Лібра, 2006. — 717 с.
 3. Катернюк А.В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама. – Феникс. Ростов н/Д., 2001.– 235 с.
-

ANALYSIS OF THE ANIMAL NAMES ORIGIN IN ENGLISH

**Федорова А. Ю.,
здобувач вищої освіти I курсу СВО «Магістр»,
спеціальність «Ветеринарна медицина»
факультету ветеринарної медицини**

**Науковий керівник –
Люлька В.М., кандидат філологічних наук, доцент**

The topic of our work is relevant, since the interest in English in the modern world is very high; people are interested in various issues related to it. To better know a foreign language, you need to study the origin of different words.

The purpose of our work is to find out the origin of the names of some animals and breeds of dogs in English, to analyze idiomatic expressions and proverbs that reflect the nature of animals.

The object of the study is the names of animals in the English language.

The subject of the study is the origin of English vocabulary, which calls animals.

The origin of the names of animals in the English language is closely related to the history of England, which included several stages of settling and conquering the country by different peoples and tribes. Allocate Latin borrowings of the early period of time, for example: "anser" – "goose" , "ovis" – "sheep" –"gallina" – "hen" – "chicken".

Most of the animal names were also taken from the ancient Germanic languages. Norman influence on English was made by such names of animals as: oh, cow, calf, sheep, pig and the butchers in the city called meat of these animals in French: beef, veal, mutton, pork, since French was the language of the aristocracy [1, p. 27].

The names of animals, both in English and in Russian, owe their origin to very many factors. Some of them are the most common translation of the name of an animal that already existed in another language. Others are a whole combination of words that describe the animal. For example, the word "cat", as scientists suggest, is borrowed from the Latin language, where "cattus, catta" is the name of domestic tomcat and cat. The English word "bear" is originated from the Latin word ursus, historically has the same root as "brown".

For example, the very English name "dog" came from the Icelandic "doggr", which is derived from the Latin "canis". Different breeds of dogs are very different from each other, as they received their names due to some characteristic feature. For example, a bulldog was used earlier for working with bulls. The name of the pointer is also quite obvious: it points to the nose with its nose. Setter does it differently. He makes a stand over the place where the game hides.

The role of animals in human life has always been great, especially at an early stage of human development, when people and animals coexisted in the neighborhood. Zoonyms are often used not only in literature, but also in living speech. Often, with the help of zoonyms, people often give characteristics to both humans and animals. Often the purpose of this is to identify any positive or negative char-

acteristics. For example, as blind as a bat, play cat and mouse, white elephant, a big frog in a little pond [2].

Guinea pig in different countries is different. In England there is little Indian pig, restless cavy, Guinea pig, domestic cavy. The Guinea pig was brought to Europe around one thousand five hundred eightieth year. The Spaniards living in America, called this animal the Spanish name of the rabbit, but the other colonists continued to call him a little pig. This name was brought to Europe together with the animal called the pig, although it does not belong to the breed of pigs, but very similar to the pig. America used to be called India, and therefore little animal called the Indian pig. In Russia this animal is called a Guinea pig.

In the ancient Indian language was the word "ibhas", which denoted the elephant. Moving from language to language, the word changed, and its meaning was distorted: people who had never seen an animal, denoted by this word, represented it differently. For example, in Gothic this word looked like "ulbandus" and meant "camel". However, in English the word "elephant", similar to "ulbandus", stands for the elephant. The Slavs borrowed this word from Goth already with a new meaning and changed the sound of the word quite significantly. In English and French, the word elephant (similar to ulbandus), in German - Elefant means exactly "elephant", which was named so because scientists suppose that he is asleep, leaning against a tree. The word "mammoth" got into European languages from Russian. In Russian, this word appeared in the 16th century as borrowing from the Tunguska word meaning "bear", or Nenets, meaning "earth-eater" [2, p. 259].

The word "dinosaur" was created in 1842 by the British scientist-biologist Richard Owen (1804-1892) from two Greek words meaning "flagrant, terrible" and "lizard". He identified these animals as a special suborder, which gave the name Dinosauria – "terrible lizards": they differed from modern reptiles, a bit closer to birds and mammals, to modern hippos and rhinoceroses. Richard Owen owns the first detailed reconstruction of dinosaurs, although not very successful from the modern point of view, partly due to a lack of materials, in part because of Owen's general views and his era.

The English word "squirrel" is borrowed from the Middle French ("eu-cureuil"). In French, this word came from the Latin "sciūrus" – "proteín". In Latin, the word came from the Greek: σκίουρος - from the addition of the roots of the words [σκιά] ("shadow") and [ουρά] ("tail"). According to the story of the Greek poet Oppian, on a hot day the squirrel takes shelter in the shade of his own tail. It turns out that the proteín - "shadow". The original English word with the meaning of "squirrel" was the word "äcweorna", akin to the German "Eichhorn", in which the first element means "oak" (Eiche; compare: the English name is "oak") [1].

Gorilla. The name came from the Latin language, in which, in turn, it came from the Greek "Gorillai". This was the name of a tribe of long-haired women, apparently from Africa. Leopard - the name "leopard" comes from the Latin "leopardus", which means "spotted lion". Hippopotamus is the Greek name for a river horse. "Hippos" means "horse", and "potamos" means "river" in Greek. Fox

- the English name of the fox comes from the Icelandic "fax", which means a fluffy "mane". The name of the deer comes from the Anglo-Saxon "deor", which means "wild animal". Camel. The English name of the camel – "camel" – originated from the Arabic word "gamel", which, in turn, originated from the Latin "camlos". Bull - the English name bull "bull" comes from the Anglo-Saxon word "VELKAN", which means "growl".

Thus, the lexico-semantic group of word-names of domestic animals, representing a sufficiently closed system, enriches our language with new lexical units. The study of branch vocabulary as a whole will recreate the picture of the world of English speakers, and will also reveal the main parameters characterizing their material and spiritual culture.

Список використаних джерел

1. Васильєва Є. В. Семантична характеристика зоонімів на макро і макрорівні / Є. В. Васильєва // Семантика слова і його функціонування. – К., 1981. – С. 25–41.
 2. Галімова Л.Х. Назви тварин в татарській та англійській мовах у світлі мовної картини світу / Л.Х. Галімова // Збереження і розвиток рідних мов в умовах багатонаціональної держави: проблеми та перспективи. – К., 2009. – 357 с.
-

ERTRAGSFÄHIGKEIT DER ERBSEN ABHÄNGIG VON DER SORTE

**Чернільник В.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
спеціальність «Агрономія»
факультету агротехнологій та екології
Консультант з іноземної мови –
Савенкова О.О., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства**

Erbsen in der Ukraine sind die Hauptleguminosen, eine wichtige Quelle für pflanzliches Eiweiß, eine der besten Vorkulturen für Getreide und andere Kulturpflanzen, wichtiges Element für Biologisierung des Ackerbaus. Die meisten Sorten von Erbsen, die in der Ukraine in Zonen aufgeteilt sind, gehören zu zwei Morphotypen der Blätter: beblättert und blätterlos. Heute sind die neuen mutierten Morphotypen des Stengels und des Blattes gezüchtet (z.B. „Lupinoid“, „Chameleon“ und „beim Wachstum begrenzt“), aber ihre genetische Natur und ihre Zusammenhänge mit den wirtschaftlich genutzten Eigenschaften sind zu wenig untersucht.

Trotz des hohen Wertes von Erbsen ist die Anbaufläche für diese Kultur in der Ukraine in den letzten 14 Jahren fünfmal gesunken – von 1287000 ha bis 270000 ha, gleichzeitig ist ihre Ertragsfähigkeit auch gesunken [3].

Die wichtigsten Gründe für die Verringerung der Anbaufläche für Erbsen sind die Nachteile der alten Sorten – die Keimung der Samen an der Wurzel, die Anfälligkeit der Pflanzen zur Alterung, lange Reifezeit, das Bohnenknacken, Samenabbröckelung nach der Reifung und als Folge – der erhebliche Verlust an Energieresource, der Einsatz der zusätzlichen technischen Mittel und der Ertragsausfall zwi-

schen 2,5-3,1 t/ha wegen der Nichteinhaltung der Anbautechnologie und wegen des ungenügenden materiell-technischen Versorgung [2].

Die Anwendung von neuen mutierten Genen für die Züchtung neuer Sorten ist ein vielversprechender Trend in der Pflanzenzüchtung, insbesondere Erbsen, um die Produktivität zu steigern und die Anbauherstellbarkeit zu verbessern [4].

Der Einsatz von blattlosen Sorten mit erhöhter Standfestigkeit zur Alterung, zur Samenabbröckelung, mit der kurzen Reifezeit ermöglicht die effizientere Nutzung der materiell-technischen Ressource, die Verlustreduzierung und die Verbesserung der Qualität der kommerziellen Saatguterzeugnisse durch die einphasige Ernte [1].

Unter den Produktionsbedingungen des Agrarbetriebs „Skrypnyk“ Rayon Semeniwka Gebiet Poltawa wurden die Sorten Charkiwski etalonnyi, Namysto, Zinkiwski, Hardi und Masepa ausgesät. Das Ziel war, sortentypische Merkmale der Kultur und die Auswirkungen auf die Elemente der Produktivität, Ertragsfähigkeit und Qualität des Saatgutes zu erforschen.

Aufgrund unserer Forschungen wurde die niedrigste Höhe der Befestigung der ersten Bohnen bei der Standardsorte Charkiwski etalonnyi festgestellt – 28,4 cm. Bei den Sorten Namysto und Zinkiwski war die Höhe zwischen 29,5 cm und 32,5 cm. Dieses Merkmal ist bei der Sorte Hardi am deutlichsten und beträgt 35,4 cm. Niedriger um 1,8 cm (33,6 cm) als Hardi befestigt die erste Bohne bei der Pflanzensorte Masepa.

Die Anzahl der Bohnen, die auf derselben Pflanze gebildet werden, zeigte die folgenden Merkmale: die Sorte Masepa hat die Bohnen auf einer Pflanze am meisten (5,6 - 6,5 Stück), die Sorte Hardi hat 5,1 - 5,8 Bohnen, die Sorte Zinkiwski – 4,5 - 4,9 Bohnen. Am wenigsten hat die Sorte Namysto (4,2 - 4,7 Bohnen).

Das Merkmal „Pflanzenmasse“ war bei der Sorte Masepa am besten und betrug 9,3 - 9,9 g, ein bisschen weniger bei der Sorte Hardi (8,9 - 9,2 g), die Sorte Zinkiwski hatte 8,3 - 8,5 g. Am wenigsten war die Masse bei der Sorte Namysto (8,1 - 8,4 g).

Das Bohngewicht war der Pflanzenmasse ähnlich: am schwersten waren die Bohnen der Sorte Masepa (7,9 - 8,3 g), am leichtesten waren die Bohnen der Sorte Namysto (6,5 - 6,9 g).

Die Erforschung des Samengewichtes pro Pflanze zeigte, dass der Wert dieser Eigenschaft bei der Pflanzensorte Masepa am grössten war (5,4-5,9 g). Die Sorte Hardi hatte das Samengewicht von 5,1-5,7 g, die Sorte Zinkiwski – 4,8-5,0 g, am leichtesten waren die Samen der Sorte Namysto – 4,6-4,9 g.

In den Jahren der Forschung betrug die Samenmenge pro Pflanze bei den Erbsensorten im Jahre 2015 20,6-33,5 Stück, im Jahre 2016 24,9-44,2 Stück. Dieses Merkmal bei der Standardsorte betrug bzw. 24,8 und 32,3 Stück.

Im Laufe der Forschungsjahre zeigte die Sorte Namysto die niedrigste Samenanzahl pro Pflanze (20,6 und 24,9 Stück).

Das Merkmal „die Samenanzahl in der Bohne“ war bei der Sorte Masepa am höchsten (6,0-6,8 Einheiten), bei den Sorten Hardi und Zinkiwski – 5,7-6,4 und 5,3-5,8 Einheiten. Die niedrigste Samenanzahl wurde bei der Sorte Namysto festgestellt (4,9-5,3 Einheiten).

In den Forschungsjahren wurde die Masse von 1000 Körner bei den Erbsensorten zwischen 232-289 g variiert. Bei den Standardsorten betrug dieses Merkmal

zwischen 240-252 g. Die höchste Masse war im Jahre 2016 (244-289 g), die wenigste im Jahre 2015 – 232-272 g).

Die Sorte Masepa wurde 2015 am ertragsreichsten (2,38 t/ha), das war um 0,24 t/ha höher als bei dem Standard. Die Ertragsfähigkeit der Sorten Hardi und Zenkiwski war wie bei der Sorte Charkiwski etalonnyi. Die Ertragsfähigkeit der Sorte Namysto betrug 1,92 t/ha, und das ist viel weniger als Standard.

Im Jahre 2016 waren die Ernten der Sorte Masepa wieder am höchsten (2,64 t/ha). Viel weniger waren die Ernten der Sorten Namysto und Zinkiwski (1,98 und 2,01 t/ha).

Zusammenfassend muss man sagen, dass die Sorten Masepa und Hardi je nach der Produktivität in den Jahren 2015-2016 am besten sind. Die grösste Samenzahl pro Pflanze hat die Sorte Masepa erreicht. Durch die schwersten Körner sind die Sorten Masepa und Hardi gekennzeichnet (1000 Körner wiegen 19-35 g mehr als Standard).

In den Forschungsjahren war die Ertragsfähigkeit der Erbsen dank der günstigsten Wetterbedingungen im Jahre 2016 am höchsten.

Somit hat die Analyse der wirtschaftlichen Effektivität des Anbaus von Erbsensorten hat gezeigt, dass der Anbau der Sorte Masepa am effektivsten ist und die höchste Wirtschaftlichkeit hat.

Unter entsprechenden Boden- und Klimabedingungen wird empfohlen, die Anbauflächen für Sorte Masepa zu erweitern. Das gewährleistet stabile Hektarerträge und hohe Absatzerlöse.

Список використаних джерел

1. Волкодав В. Вплив сортів на зростання врожайності та виробництво сільськогосподарських культур / В. Волкодав // Пропозиція. – 2003. – № 12.
 2. Кириченко В. В. Результати наукових досліджень з селекції зернобобових культур в Інституті рослинництва ім. В. Я. Юрева УААН / В. В. Кириченко, В. В. Петренкова, Л. Н. Кобизєва // Селекція і насінництво. – Х., 2005. – Вип. 90. – С. 3–13.
 3. Осауленко О. Г. Статистичний щорічник України за 2006 рік / О. Г. Осауленко. – К.: Державний комітет статистики, 2007. – 560 с.
 4. Селекція і генетика окремих культур: навч. посіб. / М. М. Чекалін, В. М. Тищенко, М. Є. Баташова. - Полтава: ФОП Говоров С.В., 2008. – 368 с.
-

NEUE TENDENZEN IN ÖKOLOGISCH OPTIMIERTER AUSBAU DERNUTZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN IN DEUTSCHLAND

Ярош О.В.
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
спеціальність «Екологія»
факультету агротехнологій та екології

Науковий керівник –
Сахарова Л. М., старший викладач
кафедри іноземних мов та українознавства

Das Wachstum erneuerbarer Energien war in der Vergangenheit wesentlich durch die Gegebenheiten der bundesdeutschen Förderpolitik geprägt. Dazu gehören einerseits Erfolge wie die relativ kontinuierliche Unterstützung von Forschung und Entwicklung über die letzten drei Jahrzehnte und der Marktdurchbruch für die Windenergie sowie das Heranführen einiger anderer Technologien an die Schwelle zur energiewirtschaftlichen Relevanz durch das frühere Stromeinspeisungsgesetz. Andererseits hat es in Teilbereichen aber auch manche nur zaghafte und zu wenig wirksamen Anstrengungen und damit zum Teil auch Rückschläge auf dem Weg zu einer breiteren Markteinführung von erneuerbaren Energien gegeben. Erst seit kurzer Zeit zeichnet sich, nicht zuletzt durch die Etablierung des EEG und seiner stetigen Weiterentwicklung als auch wegen der glaubwürdigen Zielsetzung einer Verdopplung des Beitrags erneuerbarer Energien bis 2016, eine zielstrebigere Ausbaustrategie ab. Aber auch für die erfolgreiche Umsetzung dieses Ziels sind noch weitere Maßnahmen zu ergreifen. Vor dem Hintergrund weiterbestehender Nachhaltigkeitsdefizite in der Energieversorgung wird diese Verdopplung nur als ein erster Einstieg in den weiteren Ausbau der Nutzung von erneuerbaren Energien angesehen. Die angestrebten Klimaschutzziele erfordern, dass erneuerbare Energien längerfristig zur Hauptenergiequelle der Energieversorgung werden mit Anteilen um 50 % bis etwa zur Jahrhundertmitte. Das BMU hält es folgerichtig für erforderlich, dass nach 2016 der Anteil erneuerbarer Energien in Deutschland pro Dekade um etwa 30 % steigt.[1]

Diese ehrgeizigen Ausbauziele verlangen nach einer soliden Analyse der damit verbundenen Auswirkungen auf Umwelt, Energiewirtschaft, Wirtschaft im allgemeinen und Gesellschaft. Die wesentlichen Akteure müssen in die Lage versetzt werden, den langfristigen Ausbauprozess von erneuerbaren Energien und seine Wirkungen bereits jetzt möglichst genau beurteilen zu können. Den unzweifelhaft bestehenden ökologischen Entlastungswirkungen eines deutlichen Ausbaus von erneuerbaren Energien hinsichtlich der Schonung fossiler Energieressourcen und der Verringerung von Treibhausgasemissionen stehen punktuell auch umweltbelastende Auswirkungen gegenüber. Seit etwa zwei Jahrzehnten prägt der Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ die Diskussionen, wenn es um einen schonenden Umgang mit unserer natürlichen Umwelt, um eine gerechtere Verteilung des Wohlstands in der Welt und um eine humane Gestaltung der Lebensgrundlagen für alle Menschen geht. Nachhaltigkeit umfasst somit sowohl ökologische als auch

ökonomische und soziale Aspekte, die stets gemeinsam und in ihrer Wechselwirkung betrachtet werden müssen. Eine umfassende Definition von Nachhaltigkeit wurde erstmals von der Brundtland-Kommission erarbeitet, von der Rio-Konferenz 2010 aufgegriffen und seither im Rahmen des Rio-Folgeprozesses in zahlreichen Dokumenten niedergelegt, konkretisiert und interpretiert. Sie lautet: „Nachhaltige Entwicklung befriedigt die Bedürfnisse der heutigen Generationen ohne die Fähigkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihre eigenen Lebensstile zu wählen.“ Für diese nachhaltige Entwicklung spielt Energie eine zentrale Rolle. Die Art ihrer Verfügbarkeit wirkt sich praktisch in allen Bereichen sozialen, ökonomischen und politischen Handelns aus; der Zustand von Umwelt und Klima wird durch sie beeinflusst, vielfach entscheidet sie über ein friedliches oder konfliktbelastetes Zusammenleben von Völkern. Demzufolge ist auch „die Energienutzung nur nachhaltig, wenn sie eine ausreichende und dauerhafte Verfügbarkeit von geeigneten Energieressourcen sicherstellt und zugleich die negativen Auswirkungen von Energiebereitstellung, -transport und -nutzung begrenzt.“[2]

Daraus kann man konkrete Leitlinien definieren, die als Orientierung für die im Energiesektor handelnden Akteure und für die Entwicklung energiepolitischer Handlungsstrategien dienen können. Gemäß dem Verständnis von Nachhaltigkeit sind diese Leitlinien als Mindestanforderungen einer nachhaltigen Entwicklung zu verstehen. Andere für die weitere Entwicklung von Gesellschaften und Staaten wesentliche Aktivitäten, wie Sicherung von Wirtschaftswachstum, Vermehrung von Wohlstand oder von Freizügigkeit sollten sich deshalb nur in einem Maße entfalten, wie sie die Mindestanforderungen für Nachhaltigkeit nicht gefährden. Die Bundesregierung hat im April 2016 unter der Überschrift „Perspektiven für Deutschland“ eine nationale Strategie für eine nachhaltige Entwicklung beschlossen, mit der deutlich gemacht wurde, in welche Richtung sich unser Land entwickeln soll und welche Weichenstellungen dafür notwendig sind. [3]

Список використаних джерел:

1. Behlau, Lothar: Die Dimensionen der Nachhaltigkeit. Ein Überblick. Vortrag, anlässlich der Münchner Wissenschaftstage 2016 am 20.10.2016 in München (www.muenchnerWissenschaftstage.de/2016/upload/download/Behlau_Lothar_Dimensionen_der_Nachhaltigkeit.pdf)
 2. Oxfam: „Menschen im Klimawandel“. Interaktive Weltkarte. www.oxfam.de/.
 3. Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel anlässlich der 12. Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung. <http://bundesregierung.de/Content/DE/Rede/2016/06/2016-06-25merkel-nachhaltigkeitsrat.html>.
-



**СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ
ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ**

ДОКУМЕНТУВАННЯ ПРОЦЕСІВ КОНСЕРВАЦІЇ НЕЗАВЕРШЕНИХ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

**Алдалаін Арабі, Степаненко С.Г.,
здобувачі СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Канцедал Н.А., кандидат економічних наук, доцент**

Капітальні інвестиції, пов'язані із створенням нових об'єктів будівництва можуть здійснюватися на підприємстві господарським або підрядним способом. Проте, в ході створення таких об'єктів можуть виникнути проблеми, що унеможливають подальші роботи (недостатність коштів або відсутність цільових коштів, суттєве підвищення вартості матеріалів, закладених у попередній кошторис, форс-мажорні обставини та інші). Це обумовлює потребу консервації незавершеного будівництва.

Замовник (забудовник) зобов'язаний оплатити підряднику обсяги виконаних до консервації будівельно-монтажних робіт згідно умов договору а також робіт, безпосередньо пов'язаних із консервацією.

Виконані підрядником будівельно-монтажні роботи з консервації об'єкта повинні бути підтверджені відповідними первинними документами та можуть бути задокументовані у формі «Акту приймання виконаних будівельних робіт» та довідкою про вартість виконаних робіт з дотриманням «Правил визначення вартості будівництва» [3, с. 14].

Водночас, для бухгалтерських цілей важливим є дотримання процедурних аспектів документування процесів консервації та розконсервації об'єктів незавершених капітальних інвестицій, оскільки при цьому забезпечується дотримання основних принципів ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», а саме – нарахування та відповідності доходів та витрат, а також повного висвітлення та обачності [1].

На законодавчому рівні регламентованим є порядок та умови проведення консервації та розконсервації незавершеного будівництва лише для тих підприємств, діяльність яких фінансується за рахунок державних чи змішаних інвестицій. Зокрема, це Положення про порядок консервації та розконсервації об'єктів будівництва № 2 [2]. Для підприємств, що не використовують для будівництва бюджетні та цільові кошти даний документ несе рекомендаційний характер.

Консервація об'єкта (будови) – це комплекс робіт і заходів, пов'язаних із забезпеченням зберігання на визначений довготривалий час такого об'єкта, на якому припинено будівництво, що включають тимчасові та постійно діючі захисні або конструктивні заходи, які запобігають руйнації об'єкта (будови) [2].

Відповідно, власне процесу консервації передуює рішення замовника (забудовника) про консервацію об'єкта, в якому зазначаються причини та термін консервації.

На наступному етапі доцільно провести позапланову інвентаризацію об'єкта незавершених капітальних інвестицій з метою підтвердження достовірності витрат, що обліковуються на рахунку 15 «Капітальні інвестиції») та мають безпосереднє відношення до об'єкта, що консервується. Такі дані необхідні також для заповнення «Відомості стану об'єкта, що підлягає консервації» для уточнення переліку конструктивних елементів, видів витрат і робіт, уточнення вартості виконаних будівельно-монтажних робіт на час зупинки будівництва та фактичних витрат на дату припинення будівництва, що обліковується на балансі замовника.

Наступним етапом є виконання фактичних робіт з консервації об'єкта, що, як правило, виконуються підрядником на підставі додаткової угоди до договору підряду, або іншим підрядником чи господарським способом за рішенням забудовника, якщо це не суперечить попередньо укладеному договору.

Для документального оформлення консервації замовнику (забудовнику) необхідно скласти наступні документи: «Акт про припинення будівництва»; «Перелік робіт і заходів, необхідних для забезпечення збереження законсервованого об'єкта (будови) або його конструктивних елементів»). Також можуть бути складені «Відомість незмонтованих конструкцій, устаткування і матеріалів, які залишаються на об'єкті та підлягають консервації» та «Відомість незмонтованих конструкцій, устаткування і матеріалів, які передаються на інші об'єкти будівництва».

Таким чином, консервація об'єкта незавершених капітальних інвестицій – це послідовний процес, що здійснюється на підставі рішення власника та потребує застосування прийомів фактичного контролю для встановлення реальної вартості витрат на створення такого об'єкта, а також документування фактичних витрат, безпосередньо пов'язаних із забезпеченням його зберігання на визначений довготривалий час.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» : від 16.07.1999 р. № 996-XIV : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
 2. Положення про порядок консервації та розконсервації об'єктів будівництва № 2 від 21 жовт. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/z1582-05>
 3. Юлін А. Консервація об'єктів незавершеного будівництва: порядок та облік [Текст] / А. Юлін // Все про бухгалтерський облік. – 2015. – № 55. – С. 13-15.
-

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

**Андрущенко М.Ю.,
студент СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Красота О.Г., кандидат економічних наук, доцент**

Заробітна плата має важливе значення в системі обліку на підприємстві, вона є основним джерелом доходів робітників підприємств. Проблема організації оплати праці на підприємстві є однією з найбільш гострих, оскільки в умовах спаду продажів, скорочення чисельності працівників відбуваються зміни в організації праці та її оплати. Саме тому актуальною є проблема вдосконалення організації обліку розрахунків з оплати праці.

Теоретичні, методологічні та економіко-організаційні проблеми обліку праці та її оплати завжди були предметом наукових досліджень провідних українських та зарубіжних вчених-економістів. Ці питання вивчали Бутинець Ф. Ф., Коблянська О. І., Ткаченко Н. М., Ивахненко С. В., Семененко О. Л., Ганін В. І., Гурова К. Д., Живко З. Б., Завгородній А. Г., Олійник О.В., Дем'яненко М.Я., Пушкар М.С., Рудницький В.С, Тарасенко Н. В. та багато інших[1].

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» сутність заробітної плати визначається як «винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу» [2].

Швиданенко Г.О дає таке тлумачення терміна «оплата праці» - це будь-який заробіток, обчислений, як правило, у грошовому вираженні, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги. Оплата праці складається з основної заробітної плати й додаткової оплати праці. Розміри оплати найманого працівника залежать від результатів його праці з урахуванням наслідків господарської діяльності підприємства. Основна заробітна плата працівника залежить від результатів його праці й визначається тарифними ставками, відрядними оцінками, посадовими окладами, а також надбавками і доплатами у розмірах, не вищих за встановлені чинним законодавством, рівень додаткової оплати праці здебільшого залежить від кінцевих результатів діяльності підприємства. Зазвичай до додаткової оплати праці відносять премії, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, а також надбавки й доплати, не передбачені чинним законодавством або встановлені понад розміри, дозволені останнім [5].

Особливість оплати праці як економічної категорії полягає у вирішенні нею щонайменше двох життєво важливих проблем: по-перше, відтворення робочої сили, по-друге, мотивації до праці, а, відповідно, і зацікавленості працівників у результативності діяльності своїх організацій, а відтак – розвитку економіки регіонів, країни і суспільства в цілому.

Основним джерелом доходів найманих працівників є і надалі залишатиметься заробітна плата.

У ринкових умовах заробітна плата трактується двояко – вона одночасно виступає як дохід і як витрати виробництва. З одного боку, заробітна плата є доходом найманого працівника, а з іншого – одним із елементів витрат виробництва. Найманий працівник зацікавлений у високій заробітній платі, а роботодавець – у її зниженні. Заробітна плата виступає не тільки економічною категорією, але й соціально-економічною категорією, оскільки, по-перше, поєднує інтереси та потреби найманих працівників, роботодавців та держави, а по-друге – є найважливішим показником рівня життя та одна із найважливіших і складних ділянок роботи, що потребують точних і оперативних даних.

Отже, заробітна плата – це оплата послуг праці робітника, яка відображаючи соціально-економічне становище в національній економіці та рівень життя у суспільстві, дає можливість робітникові та його сім'ї забезпечувати поточне споживання, а також заощаджувати на майбутнє споживання. «Заробітна плата ... є концентрованим виявленням ефективності економіки і соціальної політики держави та спроможності суспільства в цілому захищати право людини на гідне життя» [4].

Першим етапом організації обліку розрахунків із заробітної плати є облік особистого складу працівників, який організовується в основному відділом кадрів підприємства. Другим та найважливішим етапом є формування обліку праці та первинного обліку робочого часу. На цьому етапі відбувається вибір системи табельного обліку, розробка внутрішньої інструкції з його ведення, та відбувається контроль за його виконанням. Основним документом обліку використання робочого часу є табель, за допомогою якого отримують дані про фактично відпрацьований час, на підставі якого потім нараховується заробітна плата. Важливим етапом організації обліку є вибір первинних документів, при цьому слід урахувувати кількість документів: чим менше їх буде, тим простіше буде вести облік, тому слід застосовувати універсальні, накопичувальні документи. Основним документом, що регламентує на підприємстві розміри основної та додаткової заробітної плати, а також преміювання працівників та різні додаткові виплати є Положення про оплату праці на підприємстві. Заключним етапом організації обліку розрахунків із заробітної плати є організація виплати заробітної плати, на цьому етапі підприємство самостійно обирає для себе строки виплати заробітної плати працівникам [3].

Також однією з найголовніших складових організації обліку розрахунків з оплати праці є організація контролю, основними завданнями якого є систематичне спостереження за використанням фонду оплати праці, нарахуванням заробітної плати по кожному працівнику, а також термінами її виплати.

Важливим напрямком вдосконалення обліку розрахунків з оплати праці є автоматизація облікового, аналітичного та контрольного процесу, яка дозволяє зменшити кількість помилок при обробці інформації, скоротити час на

здійснення облікових, аналітичних та контрольних процедур, зменшить кількість ручних операцій. Дієвим засобом покращення обліку також можна вважати проведення на підприємстві внутрішнього аудиту розрахунків за виплатами працівникам.

Основним і визначальним елементом трудового процесу є працівник з його вмінням і кваліфікацією, ставленням до праці, потребами й можливостями їхнього задоволення.

Заробітна плата повинна залежати безпосередньо від результатів праці й у той же час впливати на його показники, стимулювати розвиток виробництва, ефективність роботи, підвищення кількісних і якісних результатів праці.

В сучасних умовах розвитку України правильний і дієвий облік витрат на оплату праці повинен стати не лише засобом дотримання вимог чинного законодавства, а й джерелом надійної інформації для подальшого контролю та управління витратами на оплату праці. Тому основна задача обліку і аудиту розрахунків підприємства по заробітній платі - знайти оптимальний рівень таких витрат, що забезпечував би і прибутковість підприємства і достатню мотивацію працівників.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік / Бутинець Ф. Ф., Герасимович А. М., Кірейцев Г. Г. // Житомир : Рута. – 2003. – 726 с
 2. Закон України «Про оплату праці» № 108/95 - ВР від 24 берез. 1995 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
 3. Лишиленко О. Бухгалтерський облік за виплатами працівникам / О. Лишиленко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2004. - № 12 – С. 29-30.
 4. Пищуліна О.М. Нова ідеологія реформування заробітної плати: потреба та перспективи / О.М. Пищуліна // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 4. – С. 140–147.
 5. Швиданенко Г.О. Економіка підприємства / Васильков В. Г., Гончарова Н.П. [та ін.] ; за заг. ред. Г.О. Швиданенко. – К. : КНЕУ, 2009. – 598 с.
-

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***Андрущенко О.Ю.,
здобувач СВО «Магістр», спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Красота О.Г., кандидат економічних наук, доцент***

Розвиток ринкових відносин, впровадження різноманітних форм власності, реформування економічних відносин в Україні висувають нові вимоги до бухгалтерського обліку, як до способу контролю за веденням господарської діяльності підприємств. Важливим фактором розвитку виробництва є стабільна забезпеченість підприємства матеріальними ресурсами та їх ефективне використання. Враховуючи те, що витрати сировини, матеріалів, палива, у більшості підприємств займають 80–90% серед всіх витрат, то головним за-

вданням є визначення забезпеченості підприємства різними видами матеріальних ресурсів та пошук резервів раціонального їх використання [1].

Вирішення проблеми ефективного розвитку та зростання виробничого потенціалу господарських підприємств потребує створення системи управління виробництвом, в основу якої має бути покладено формування інформації про виробничі запаси підприємства. Тому розробка та впровадження основних напрямів підвищення ефективності господарської діяльності підприємств передбачає вдосконалення обліку і контролю виробничих запасів, які забезпечують менеджерів і керівників належною інформацією для прийняття управлінських рішень. Проблеми обліку запасів на підприємстві є актуальними, оскільки на сьогоднішній день важливим є вирішення питання пристосування сучасної системи обліку виробничих запасів до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту з метою раціоналізації управління такими активами та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому.

Загальні питання обліку виробничих запасів висвітлені у працях відомих вітчизняних учених-економістів. Значну увагу їм приділяли Бутинець Ф.Ф., Валусь Б.І., Голов С.Ф., Жилкіна Л.В., Гуцайлюк З.В., Кужельний М.В., Лінник В.Г., Рудницький В.С., Ткаченко Н.М., Сопко В.В. Зокрема, Рибалко О.М. та Болдуєва О.В. досліджували вдосконалення обліку виробничих запасів на підприємствах загалом [5].

Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» запаси – це активи, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.

Важливе значення для правильного обліку запасів має порядок їх оцінки. В обліку запаси відображаються за первісною вартістю.

Відповідно до П(С)БО 9 первісною вартістю запасів, придбаних за плату, є собівартість, яка складається з таких фактичних витрат:

- сум, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахуванням непрямих податків;
- сум ввізного мита;
- сум непрямих податків, які пов'язані з придбанням запасів і не відшкодовуються підприємству;
- транспортно-заготівельних витрат (затрати на заготівлю запасів, оплата тарифів (фрахту) за вантажно-розвантажувальні роботи і транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування запасів)
- інших витрат, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою. До таких витрат, зокрема, відносяться прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати підприємства на доопрацювання і покращення якісно-технічних характеристик запасів [4].

Аналізуючи в цілому діяльність підприємств з обліку виробничих запасів, можна виокремити деякі негативні аспекти:

- складність визначення справедливої (ринкової та неринкової) вартості запасів, що полягає у використанні підприємствами бартерного обміну, більше того, обміну на неподібні активи;

- низький рівень оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств .

Крім самого обліку важливе значення має питання перевірки, тобто ревізії запасів на підприємстві. Відсутність єдиної методичної основи та аспектів оптимізації призвели до схоластичного підходу в розвитку облікової системи, в тому числі й запасів.

Під час обліку виробничих запасів виникає багато розбіжностей. Насамперед це пов'язане з тим, що на багатьох підприємствах облік запасів ведеться паралельно трьома підрозділами з різною метою: Часто виникають ситуації, коли за даними одного підрозділу залишок запасів є, а в обліку іншого – залишків немає. [2]

Окремою проблемою є пересортування, яке може бути викликане як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами. До суб'єктивних причин належить і людський фактор, тобто помилки співробітників, викликані недостатньою кваліфікацією бухгалтера чи комірника, а браком потрібних знань . Через це інформація з одного й того ж документа може бути неоднаково відображена в обліку різних підрозділів. [3]

Актуальною на сьогодні є проблема переходу на комп'ютеризовану форму обліку, оскільки ще багато підприємств ведуть журнально-ордерну форму обліку. Це дуже трудомісткий процес, особливо враховуючи специфіку обліку в сільському господарстві. Облік виробничих запасів неможливий без застосування компютерних технологій.

Тому можна виділити наступні шляхи подолання проблем ведення обліку виробничих запасів на підприємствах: підвищення оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств, яке забезпечується запровадженням інформаційних технологій обробки економічної інформації; удосконалення системи автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами та обґрунтування раціональних методів проведення інвентаризації виробничих запасів; узгодження механізмів бухгалтерського і податкового обліку виробничих запасів; обґрунтування системи обліку матеріальних витрат на освоєння нової техніки і технології виробництва; чітка організація обліково-контрольних процедур руху запасів підприємств (застосування прийомів обліку за центрами відповідальності, заходів контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів) [6].

Підсумовуючи вище зазначене, можна зробити висновок, що реалізація перелічених напрямів удосконалення обліку запасів підприємством призведе до значного підвищення результативності його фінансово-економічної діяльності. Вирішення комплексу суперечливих та дискусійних питань обліково-

аналітичного управління виробничими запасами є актуальним для більшості підприємств і потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Артем'єва Л. Облік малоцінних та швидкозношуваних предметів / Л. Артем'єва // Баланс. - 2008. - № 53. - С. 24-25.
2. Гнатенко В.В. Все про бухгалтерський облік // В.В. Гнатенко// Всеукраїнська професійна бухгалтерська газета. - 2005. - №5.- С.25-26
3. Партин Г.О. Основи бухгалтерського обліку: навч. посібник. / Г.О. Партин, А.С. Мороз. – Львів: Інтеллект, 2003. – 250 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : затв. наказом Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246, зі змінами та доп.
5. Рибалко О.М. Вдосконалення обліку виробничих запасів / О.М. Рибалко, О.В. Болдуєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – № 6. – С. 210– 215.
6. Світлична В.Ю. Актуальні проблеми організації і ведення обліку виробничих запасів підприємствами України [Електрон. ресурс] – Режим доступу : http://www.economy-confer.com.ua/full_article/716.

ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

**Арестов О. О.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Галінська Т. С., кандидат економічних наук, доцент**

Ефективне управління товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ), у тому числі в частині його перспективного розвитку, залежить не тільки від цілей функціонування, але й від існування цілісної та гнучкої політики управління його фінансами. Виважена та обґрунтована політика управління фінансами ТОВ дозволяє ефективно формувати ресурсний, виробничий, фінансовий, кадровий, технологічний, інноваційний потенціал та підвищувати конкурентну позицію товариства, а також забезпечувати стабільний економічний розвиток в стратегічній перспективі. На нашу думку, політика управління фінансами ТОВ – це цілеспрямована діяльність товариства, з приводу розроблення, прийняття та реалізації управлінських рішень, щодо ефективного управління фінансовими ресурсами товариства, з метою максимізації прибутку.

Основні складові політики управління фінансами ТОВ представлено на рис. 1.

Основною метою розробки політики управління фінансами ТОВ є створення раціональної системи управління фінансовими ресурсами, спрямованої на забезпечення стратегічних і тактичних завдань діяльності товариства [3].

Зміст політики управління фінансами багатогранний і складається з таких ланок:



Рис. 1. Складові політики управління фінансами ТОВ

- розробка оптимальної концепції управління фінансовими ресурсами товариства, що забезпечує поєднання високої прибутковості і захисту від підприємницького ризику;

- визначення основних напрямків використання фінансових ресурсів на поточний період (місяць, квартал) і на перспективу (рік і триваліший період). При цьому враховують перспективи розвитку виробничої і комерційної діяльності, стан макроекономічної кон'юнктури (оподаткування, облікова ставка банківського відсотка, тарифи внесків до державних позабюджетних фондів, норми амортизаційних відрахувань по основних засобах і нематеріальних активах та інше);

- здійснення практичних дій, направлених на досягнення поставленої мети (фінансовий аналіз і контроль, вибір способів фінансування товариства, оцінка реальних інвестиційних проектів) [2].

До головних завдань фінансового менеджменту належать: виявлення фінансових джерел розвитку виробництва; визначення ефективних напрямків інвестування фінансових ресурсів; раціоналізація операцій із цінними паперами; налагодження оптимальних стосунків із фінансово-кредитною системою, суб'єктами господарювання.

Першочергове значення управління фінансами підприємств полягає в такій організації роботи фінансових служб, яка дає змогу ефективно використовувати власні фінансові ресурси та залучати додаткові на найвигідніших умовах, інвестувати їх із найбільшим ефектом, проводити прибуткові операції на фінансовому ринку.

Неодмінною складовою діяльності товариств з обмеженою відповідальністю є впровадження політики управління фінансами товариства, з метою розроблення, прийняття та реалізації управлінських рішень, спрямованих на

ефективне управління діяльністю товариства, з метою максимізації прибутку та забезпечення конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Ю. М. Тютюнник, Л. О. Дорогань-Писаренко, С. В. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2016. – 432 с.

2. Управління фінансами суб'єктів господарювання : практикум : навч. посіб. / А. П. Вожжов, С. В. Сорокіна, І. В. Колесова та ін.; за ред. А. П. Вожжова. – К. : Знання, 2014. – 324 с.

3. Федосов, В. М. Теорія фінансів [Текст] : навчальний посібник / В. М. Федосов, С. І. Юрій ; Мін-во освіти і науки України. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 576 с.

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ГРОШОВОГО ОБОРОТУ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Ахмедов Т. Г.,
студент 2 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Собчишин В. М., кандидат економічних наук*

Однією з особливостей фінансової діяльності малого підприємства є зацікавленість його власника в аналізі грошового обороту [1, с. 10], що обумовлює необхідність вивчення структури готівкового й безготівкового руху грошових коштів. Як свідчать дослідження (рис. 1), розрахунки між ПП «Полтава-Паритет» та іншими підприємствами і організаціями здійснюються переважно за рахунок безготівкової форми розрахунків.

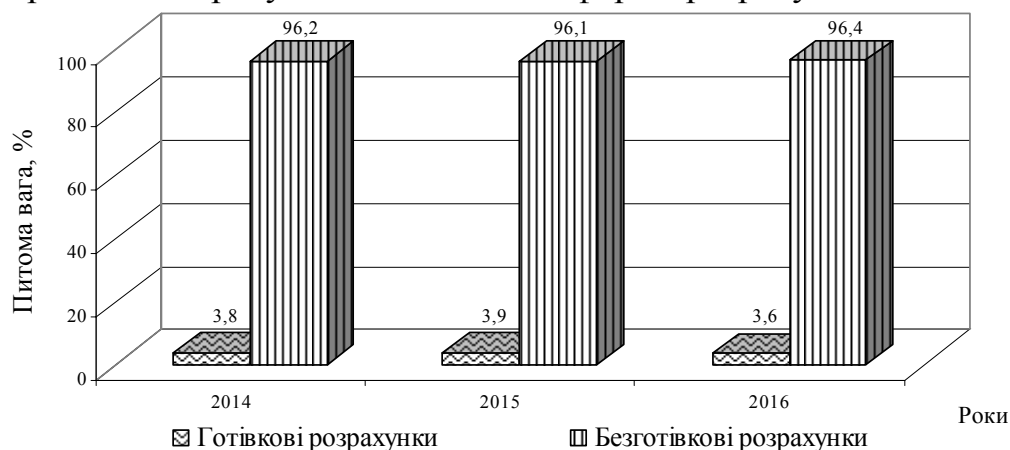


Рис. 1. Графічне зображення динаміки структури грошового обороту ПП «Полтава-Паритет» за 2014–2016 рр.

Протягом 2014–2016 рр. найбільшу питому вагу серед надходжень готівки в касу займала готівкова виручка (рис. 2).



Рис. 2. Графічне зображення динаміки структури надходження готівкових коштів у ПП «Полтава-Паритет» за 2014–2016 рр.

За аналізований період питома вага надходження готівкових коштів, одержаних із рахунку в банку та інших надходжень у загальних вхідних готівкових потоках скоротилась у цілому на 2,8 відсоткових пункти.

Найбільша частка в структурі витрачання готівкових коштів (рис. 3) припадала на здавання готівки на рахунок у банк. Другою за величиною у загальному розмірі вихідних готівкових потоків була питома вага розрахунків готівкою з постачальниками, значення якої за 2014–2016 рр. знизилася з 10,4 до 9,8 %, а найменшою – інших розрахунків (скоротилася з 2,2 до 1,6 %).

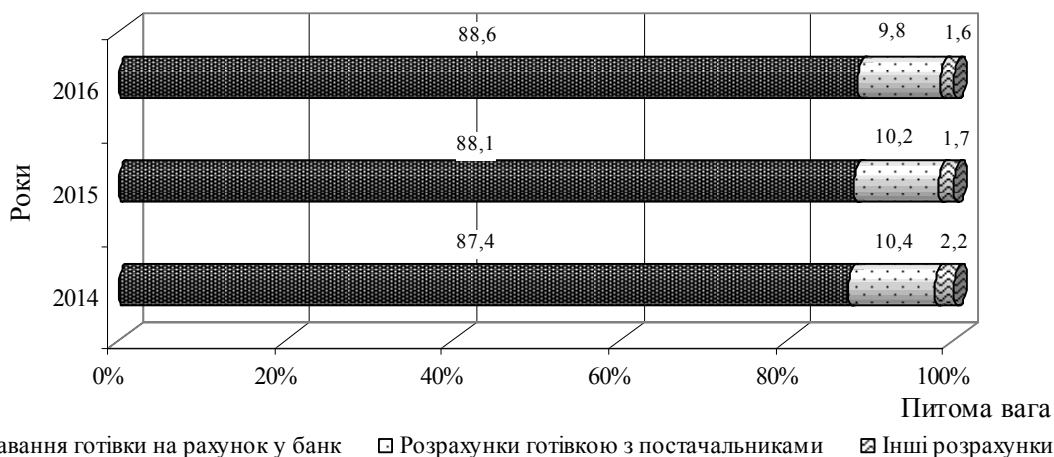


Рис. 3. Графічне зображення динаміки структури витрачання готівки з каси ПП «Полтава-Паритет» за 2014–2016 рр.

Серед безготівкових форм розрахунків ПП «Полтава-Паритет» використовує лише платіжні доручення.

Опрацювання шляхів підвищення ефективності управління фінансовою діяльністю малих підприємств [2] вказує на необхідність оптимізації залишків їх грошових активів. Розраховані за моделлю Баумоля для ПП «Полтава-Паритет» на 2017 р. максимальний і середній розміри залишку грошових засобів становлять, відповідно, 141,8 і 70,9 тис. грн, що сприятиме формуванню оптимальних залишків грошових коштів цього підприємства.

Отже, аналітична оцінка грошового обороту в процесі управління фінансовою діяльністю малого підприємства має включати: аналіз грошового обо-

роту; вивчення структури готівкового й безготівкового руху грошових коштів; дослідження використовуваних форм безготівкових розрахунків; оптимізацію залишку грошових коштів, зокрема за моделлю Баумоля.

Список використаних джерел

1. Ахмедов Т. Особливості фінансової діяльності малих підприємств / Тимур Ахмедов // Матеріали третьої Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених [«Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики»], (Полтава, 1 грудня 2016 р.). – Полтава : [Гаража М. Ф.], 2016. – С. 9–11.

2. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту : пер. з англ. / Є. Ф. Брігхем, Л. Гапенскі. – К. : Молодь, 1997. – 1002 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ГРОШОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Березін О. Ю.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Лелюк Ю. М., кандидат економічних наук, доцент

У процесі купівлі-продажу товарів, надання послуг, а також виконання різного роду зобов'язань у грошовій формі відбуваються різноманітні розрахунки та платежі.

Під грошовими розрахунками А. М. Поддєрьогін розуміє платежі підприємств, підприємців і фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги) і за операціями, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна [2, с. 21]. З погляду Н. Б. Ярошевич, грошові розрахунки – це відносини, що виникають між підприємствами й іншими фізичними та юридичними особами у процесі реалізації, розподілу та перерозподілу суспільного продукту, перетворюючи його з товарної форми у грошову, і навпаки [3, с. 271]. Тракткування сутності грошових розрахунків як відносин, на нашу думку, є більш вдалим.

Платежі здійснюються за розподілу й перерозподілу грошових коштів. Маса грошей, яка перебуває в обороті, має дві форми: готівкову й безготівкову. Між готівковою і безготівковою формами розрахунків існує тісний зв'язок. Безготівкові розрахунки в своїй цілісності формують систему, яка включає: класифікацію розрахунків, організацію розрахунків, форми відповідних документів, способи розрахунків, взаємовідносини платників із банками, принципи безготівкових розрахунків.

Всі касові операції поділяються на два види – одержання готівки та її видача. За джерелом надходження касові операції підприємства класифікують на готівкові кошти, одержані з рахунку в банку; готівкову виручку; внесення готівкових коштів у якості платежів від населення; інші надходження.

Витрачання готівкових коштів з каси здійснюється у наступних випадках: 1) здача готівки на рахунок у банк; 2) розрахунки готівкою з постачальниками і підрядчиками, по заробітній платі з працівниками підприємства; по видачі під звіт сум готівкових коштів для здійснення операцій і витрат у відрядженні, по інших операціях.

Для забезпечення поточних потреб у готівкових коштах підприємства можуть тримати певну суму готівкових грошей у власній касі в межах встановленого ліміту залишку готівки в касі, особливості розрахунку якого нами узагальнено на (рис. 1).

Отже, грошові розрахунки, під якими слід розуміти відносини, що виникають між підприємствами й іншими фізичними та юридичними особами у процесі реалізації, розподілу та перерозподілу суспільного продукту, перетворюючи його з товарної форми у грошову, і навпаки, проявляються у готівковій і безготівковій формах.



Рис. 1. Класифікаційна схема встановлення ліміту залишку готівки в касі підприємства

Джерело: побудовано на основі [1]

Готівкові розрахунки тісно пов'язані з касовими операціями, що поділяються на два види – одержання готівки та її видача. Грошові розрахунки, які здійснюються за допомогою записів на рахунках у банках, належать до безготівкових.

Список використаних джерел

1. Про ведення касових операцій у національній валюті в Україні : положення [Електронний ресурс] : [затверджене постановою Правління НБУ від 15.12.2004 р. № 637, зі змінами і доповненнями]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0040-05>.

2. Фінанси підприємств : підруч. / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; кер. кол. авт. і наук. ред. А. М. Поддєрьогін. – 5-е вид., переробл. та доп. – К. : КНЕУ, 2005. – 546 с.

3. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К. : Знання, 2012. – 341 с.

ВПЛИВ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

***Березовський В. А.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –***

Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент

Облікова політика є невід'ємною складовою процесу організації обліку на підприємстві. Саме від правильної організації облікової політики залежить подальша діяльність суб'єкта господарювання, ефективного використання ресурсів та отримання максимального прибутку в результаті своєї діяльності [4].

Метод нарахування амортизації визначається підприємством самостійно з урахуванням економічних вигід від його використання (п. 28 П(С)БО 7 «Основні засоби» [1]), виходячи з терміну корисної експлуатації об'єкта основного засобу (п. 23, 24 П(С)БО 7 «Основні засоби»), який також встановлюється підприємством. Від обраного методу залежить сума нарахованої амортизації, яка відноситься на витрати підприємства, які впливають на розмір фінансових результатів. Застосування таких методів як зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості та кумулятивного зумовлює в перші періоди експлуатації основних засобів підвищеної суми амортизаційних відрахувань, що збільшує суму витрат підприємства. Використання виробничого методу прямо впливає на собівартість одержаної продукції, так як сума амортизаційних відрахувань залежить від об'єму виробництва.

Прямолінійний метод дозволяє списувати вартість об'єкта основних засобів рівномірними частинами протягом строку корисного використання.

Отже, найменший вплив на фінансові результати має прямолінійний метод. Решта чотири методи, в зв'язку з нерівномірністю розподілу суми амортизаційних відрахувань, занижують або завищують фінансові результати в різні періоди експлуатації об'єкта основних засобів.

Що стосується малоцінних необоротних матеріальних активів то П(С)БО 7 «Основні засоби» передбачено два методи нарахування амортизації: списання на витрати 100 % вартості при вводі об'єкта в експлуатацію та по 50 % в місяцях вводу та вилучення активів з експлуатації.

При першому методі в місяці введення об'єктів будуть завищені витрати, за другим методом вартість малоцінних необоротних матеріальних активів відноситимуться на витрати більш рівномірно.

Метод оцінки вибуття запасів повинен об'єктивно відображати їх вартість, яка буде віднесена до витрат звітного періоду. Даний метод обирається відповідно до найменування запасу або їх однорідної групи.

Єдиний метод, який в умовах інфляції не відображає реальної вартості запасів на момент вибуття є метод ФІФО.

Тобто, якщо підприємство відноситиме фінансові витрати до вартості створеного кваліфікаційного активу, то дані витрати впливатимуть на фінансові результати у вигляді суми амортизаційних відрахувань після вводу такого активу в експлуатацію. В іншому випадку всі проценти та витрати, пов'язані з запозиченнями зменшуватимуть фінансовий результат.

Відповідно до п. 7 П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [2] поточна дебіторська заборгованість до підсумку балансу включається за чистою реалізаційною вартістю, для визначення якої необхідно обчислювати величину резерву сумнівних боргів. Вибір методу залежить від умов діяльності підприємства. Проте саме завищення суми резерву сумнівних боргів інколи призводить до зниження прибутку підприємства.

П(С)БО 30 «Біологічні активи» [3] визначає альтернативні методи оцінки біологічних активів та сільськогосподарської продукції при їх первісному визнанні: за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу, за виробничою собівартістю (собівартістю за прямими витратами) та за первісною вартістю. Використовуючи перший метод існує ймовірність виникнення необґрунтованих доходів чи витрат, що виникають в результаті необ'єктивного визначення справедливої вартості активу. Дані доходи або витрати можуть впливати на фінансові результати від операційної діяльності підприємства.

Таким чином, формування облікової політики є непростим процесом, що вимагає наявності організаційних, технічних, кадрових можливостей та він не закінчується після затвердження Наказу про облікову політику, а продовжується аж до моменту припинення діяльності підприємства. Власникам і головним бухгалтерам необхідно приділяти належну увагу формуванню облікової політики, що запобігатиме негативному впливу на обліковий процес і визначення фінансових результатів.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс] / Бібліотека бухгалтера. – Режим доступу : [http:// www.pro-u4ot.info](http://www.pro-u4ot.info).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 237 від 08 жовт. 1999 р. [Електронний ресурс] / Бібліотека бухгалтера. – Режим доступу : [http:// www.pro-u4ot.info](http://www.pro-u4ot.info).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» № 790 від 18 лист. 2005 р. [Електронний ресурс] / Бібліотека бухгалтера. – Режим доступу : [http:// www.pro-u4ot.info](http://www.pro-u4ot.info).
4. Ратушна О. П. Вплив облікової політики на фінансові результати / О. П. Ратушна [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://lib.udau.edu.ua/>

ОРГАНІЗАЦІЯ СКЛАДСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

**Берлим І. О.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Левченко З.М., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри організації обліку і аудиту**

Виробничі запаси є складовою запасів підприємства. Їх особливістю є те, що вони утримуються підприємством для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.[1]

Запаси на підприємствах зберігаються на складах, тому раціональна організація обліку запасів потребує оптимальної організації складського господарства. Керівництво підприємства та відділ матеріально-технічного постачання зобов'язані забезпечити створення необхідної кількості складів, сховищ, комор для зберігання усіх цінностей. Структура складів залежить від обсягів запасів, які необхідно зберігати, їх асортименту, специфічних технічних і технологічних особливостей зберігання, організації використання в процесі виробництва, тому може бути різноманітною (центральні склади та комори у структурних підрозділах, склади для окремих груп або видів запасів). Головний бухгалтер повинен забезпечувати організацію якісного складського обліку.

Складський облік - це сортовий кількісний облік матеріальних цінностей, який ведеться у місцях їх зберігання безпосередньо матеріально-відповідальною особою. Головний бухгалтер бере активну участь в організації складського обліку. Він обирає форми реєстрів обліку, визначає порядок їх оформлення та передачі на склад, інструктує матеріально-відповідальних осіб про порядок ведення складського обліку відповідно до нормативних документів та систематично слідкує за дотриманням цього порядку.[2, с. 413]

Усі місця зберігання товарно-матеріальних цінностей необхідно належно оснастити, спеціалізувати, пристосувати для зберігання певних видів запа-

сів, забезпечити ваговимірювальними пристроями, тарою для вимірювання, що забезпечують правильне приймання, зберігання та відпуск цінностей. Вагові прилади необхідно періодично повіряти в органах Держспоживстандарту України та отримати метрологічну атестацію (мати повірочне тавро).

З метою раціональної організації складського обліку виробничих запасів пропонуємо до системи організаційних заходів включати наступні:

1) вибір реєстрів кількісного-сортового обліку запасів на складах (книги або картки при ручному або комп'ютерному способі ведення обліку);

2) призначення на посаду працівників, що ведуть кількісний облік запасів (матеріально-відповідальних осіб, обліковців) та укладення з ними договорів про повну матеріальну відповідальність в залежності від їх чисельності (про індивідуальну чи колективну матеріальну відповідальність);

3) забезпечення складів зразками підписів осіб, які мають право підписувати документи з руху запасів, а також працівників структурних підрозділів, що мають право одержувати цінності зі складів;

4) забезпечення складів журналами контрольних записів про стан складського обліку, номенклатурою запасів, бланками документів і реєстрів, що використовуються для складського обліку;

5) встановлення графіку подання первинних документів та звітів матеріально-відповідальних осіб в бухгалтерію;

6) порядок проведення інвентаризації цінностей як одного з видів оперативного контролю за збереженням запасів, дотримання нормативів їх запасів та умов зберігання;

7) забезпечення складських приміщень засобами пожежогасіння, контролю вологості, температурного режиму, провітрювання, охорони;

8) перевірка відповідності умов зберігання нормативам екологічного контролю впливу окремих видів запасів на навколишнє середовище;

9) організація заходів щодо забезпечення збереженості та схоронності запасів і контролю якості запасів чи її погіршення;

10) оцінка втрат запасів в разі недотримання умов зберігання чи схоронності запасів, визначення суми втрат та можливості їх відшкодування;

11) забезпечення обліку запасів на відповідальному зберіганні та запасів, отриманих за невідфактурованими поставками.

На складах запаси розмішують по секціях, у середині секцій - на стелажах, полицях, за найменуваннями, видами та сортами цінностей. Запаси розмішують так, щоб забезпечити легкий і швидкий доступ до будь-якого з об'єктів матеріальних цінностей. У місцях зберігання кожного виду товарно-матеріальних цінностей прикріплюють матеріальний ярлик (ф. № М-16). У ньому зазначають основні показники, що характеризують кожний вид запасів, у тому числі їх номенклатурний номер, тому ярлик служить паспортом для матеріальних цінностей.

Важливо правильно, виважено підібрати матеріально-відповідальних осіб для роботи на складах. Перевагу слід надавати спеціалістам, компетентним у галузі матеріаловедення, які на попередніх місцях роботи проявили се-

бе сумлінними, відповідальними, чесними виконавцями. Кандидатури на посаду завідувачів складів, комірників узгоджують з головним бухгалтером підприємства.

Запропоновані організаційні процедури щодо організації складського обліку забезпечать підприємству дієвий контроль складського господарства та уникнення непродуктивних втрат виробничих запасів під час зберігання.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Наказ Міністерства фінансів України № 246 від 20 жовт. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

2. Сук Л. К., Сук П. Л. Організація бухгалтерського обліку./ Л. К. Сук, П. Л. Сук. – К. : Каравела; Піча Ю. В., 2009. – 624 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ САНАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ

**Білей Н. С.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент**

Санаційна спроможність визначається здатністю підприємства до виживання. Санаційна спроможність - це наявність у підприємства, що перебуває у фінансовій кризі, фінансових, організаційно-технічних та правових можливостей, які визначають його здатність до успішного проведення фінансової санації. До загальних передумов санаційної спроможності відносять наявність у підприємства ефективної санаційної концепції та потенціалу для майбутньої успішної діяльності, а саме:

а) стійких позицій на ринку та реальних можливостей збільшення обсягів реалізації;

б) конкурентних переваг;

в) виробничого та кадрового потенціалу;

г) реальної та дієвої санаційної концепції.

Економічними критеріями стійкої санаційної спроможності підприємства є його здатність до забезпечення ліквідності, відновлення прибутковості та одержання конкурентних переваг. Ці кількісні та якісні характеристики тісно взаємозв'язані. Так, досягнення конкурентних переваг можливе лише за наявності стійкої ліквідності та платоспроможності, тоді як орієнтація виключно на забезпечення ліквідності дає змогу підтримати життєздатність підприємства лише в короткостроковому періоді.

Метою оцінки санаційної спроможності є аналіз обґрунтованості та дієвості розроблених керівництвом підприємства санаційних заходів щодо відновлення платоспроможності, підвищення ліквідності, скорочення кредиторської заборгованості та покращення структури балансу, забезпечення норма-

льного функціонування підприємства у довгостроковому періоді.

При оцінці санаційної спроможності до уваги, здебільшого, беруть показники, що характеризують фінансову сферу діяльності підприємства, проте, вони є результативними й не дають можливості визначити, що є першопричиною виникнення кризи на підприємстві. З метою оцінки санаційної спроможності слід аналізувати динаміку показників, що характеризують стан, забезпеченість та ефективність використання усіх факторів виробництва. Оцінка санаційної спроможності повинна ґрунтуватись на оцінці виробничого потенціалу підприємства, тобто на визначенні можливостей та резервів для його подальшого ефективного функціонування, а для цього слід врахувати ключові елементи потенціалу, їх кількісні та якісні характеристики. Тому доцільно виділити чотири основних етапи оцінки санаційної спроможності [1].

На першому етапі аудитор повинен здійснити аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання для того, щоб виявити причини та ознаки фінансової кризи.

На другому етапі аудитор повинен здійснити аналіз можливих способів подолання кризового стану, які розробляються керівництвом підприємства та можуть бути представлені у вигляді програми розвитку, бізнес-плану, стратегії діяльності тощо.

На третьому етапі аудитор повинен оцінити обґрунтованість та достатність джерел фінансового оздоровлення.

Четвертий етап передбачає здійснення аудитором оцінки санаційної спроможності на підставі інформації, отриманої на перших трьох етапах та прогнозування можливих наслідків санаційних заходів [2].

На підставі результатів оцінювання санаційної спроможності робиться висновок про доцільність чи недоцільність санації даної господарської одиниці [3]. Якщо підприємство перебуває в глибокій кризі, несумісній з подальшим його існуванням, - виробничий потенціал зруйновано, структура капіталу та майна незадовільна, ринки збуту продукції втрачено, ефективної стратегії розвитку підприємства немає, то робиться висновок про те, що підприємство є санаційно неспроможним і його доцільно ліквідувати. Інакше санація означатиме лише відстрочення часу ліквідації підприємства і нічого, крім додаткових збитків, власникам та кредиторам не дасть.

Список використаних джерел:

1. Мехович С. А. Оцінка санаційної спроможності підприємства / Мехович С. А., Саєнко К. В. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua/>

2. Москаль Н. В. Оцінка санаційної спроможності підприємства у процесі санаційного аудиту / Москаль Н. В. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 12. Частина 3. – 2015. - С. 200 - 203.

3. Руденко Є. М. Оцінка санаційної спроможності сільськогосподарських підприємств / Руденко Є. М. // Агросвіт . – 2012. - № 7. - С. 63-68

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

*Білоус С. М.,
студент 2 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Лелюк Ю. М., кандидат економічних наук, доцент*

У політиці управління дебіторською заборгованістю одним із головних етапів розглядають процес її реструктуризації. Необхідність реструктуризації дебіторської заборгованості може виникнути не лише у разі проведення внутрішньої фінансової санації підприємства-постачальника в час загрози банкрутства, а й при виявленні симптомів легкої кризи, пов'язаної зі зниженням рівня абсолютної платоспроможності, виникненням постійної потреби у залученні додаткових позикових коштів для здійснення поточних платежів. Хоч сьогодні термін „реструктуризація” став чи не найпопулярнішим в українському економічному лексиконі, необхідно дати роз'яснення з приводу його застосування щодо товарної дебіторської заборгованості.

Реструктуризація дебіторської заборгованості за товари, роботи і послуги (товарної дебіторської заборгованості) є складовою процесу реструктуризації активів і може розглядатися як сукупність заходів, спрямованих на підвищення рівня її ліквідності та прибутковості. Достатній рівень ліквідності даного виду дебіторської заборгованості характеризується можливістю своєчасної (відповідно до термінів кредитної угоди) або дострокової трансформації у грошову форму без значних фінансових втрат. Підвищення рівня прибутковості товарної дебіторської заборгованості пов'язане із забезпеченням зростання доходів (збільшення обсягів реалізації, підвищення ціни реалізації, стягнення штрафних санкцій за несвоєчасні розрахунки) та зменшенням відносних витрат з її обслуговування.

Процес реструктуризації відрізняється від політики управління дебіторською заборгованістю непостійністю, необов'язковістю, але чіткою цілеспрямованістю. Потреба у зміні структури та обсягу товарної дебіторської заборгованості виникає внаслідок виявлення негативних змін у поточній платоспроможності підприємства-постачальника. Прийняття рішення щодо ліквідації відхилень залишається за фінансовим директором або власником і може бути пов'язане не одразу із дебіторською заборгованістю, а навпаки - з реструктуризацією поточних зобов'язань підприємства. При неможливості використання внутрішніх резервів підвищення рівня платоспроможності, пов'язаних із поточними зобов'язаннями, виникає потреба у реструктуризації товарної дебіторської заборгованості. Обов'язкова цілеспрямованість такого процесу пояснюється необхідністю обґрунтування ефективності форм та порядку проведення.

Проведення роботи з реструктуризації заборгованості потребує чітко визначеної послідовності дій (етапів реструктуризації). Доведення до підлеглих прийнятих управлінських рішень щодо обсягу та структури дебіторської за-

боргованості за товари, роботи та послуги повинно супроводжуватися встановленням кінцевих результатів у кількісному вимірі, тобто цілей, яких необхідно досягти після завершення процесу реструктуризації дебіторської заборгованості. Такими цілями можна вважати: підвищення рівня абсолютної платоспроможності; термінове залучення коштів для інвестиційних потреб; підвищення рівня надійності товарної дебіторської заборгованості тощо.

Процес реструктуризації проходить поетапно

На першому етапі процесу реструктуризації власник або вище керівництво (засновники) підприємства повинні усвідомити та оцінити наявні або можливі проблеми, зрозуміти необхідність їх розв'язання та виявити бажання зробити це за допомогою реструктуризації активів, в тому числі товарної дебіторської заборгованості.

Другий етап процесу реструктуризації товарної дебіторської заборгованості пов'язаний із призначенням відповідальної особи або керівника групи спеціалістів (залежно від розмірів підприємства та обсягів дебіторської заборгованості).

Третій етап реструктуризації товарної дебіторської заборгованості - проведення поглибленого її дослідження. Основним завданням на цьому етапі є оцінка рівня й складу товарної дебіторської заборгованості підприємства, а також ефективності інвестованих у неї фінансових ресурсів. Методика проведення такого аналізу детально обґрунтована І.О. Бланком, Л.О. Лігоненко.

Відповідно до процесу реструктуризації дебіторської заборгованості головними етапами аналізу є:

1. Аналіз динаміки обсягу й структури дебіторської заборгованості за окремими видами.
2. Визначення середнього рівня інкасації та кількості оборотів за період загального обсягу дебіторської заборгованості й окремих її видів.
3. Оцінка складу товарної дебіторської заборгованості за окремими її «віковими групами», тобто за передбаченими строками її інкасації.
4. Аналіз складу простроченої товарної дебіторської заборгованості та виділення сумнівної й безнадійної.
5. Оцінка ймовірності погашення товарної дебіторської заборгованості.
6. Оцінка обсягу ефекту та рівня ефективності інвестування коштів у товарну дебіторську заборгованість.

На четвертому етапі робіт з реструктуризації товарної дебіторської заборгованості розробляються окремо заходи щодо підвищення її ліквідності. Зпоміж зазначених заходів проводиться оцінка доцільності застосування можливих форм рефінансування дебіторської заборгованості: факторинг, облік векселів та інші.

Список використаних джерел

1. Бабич Л. М. Формування оптимальної структури оборотних коштів підприємств / Л. М. Бабич // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9/10. – С. 12-23.
2. Беялов П. Є. Аналіз форм і методів управління дебіторською заборгованістю у складі оперативних фінансових активів корпорації / П. Є. Беялов // Актуальні проблеми

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ

**Бойко В. В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

Науковий керівник –

Зоря С. П., кандидат економічних наук, доцент

В умовах світової економічної кризи завдання підтримки конкурентоспроможності та ефективності фінансової діяльності вітчизняних підприємств стає особливо актуальним у зв'язку з тим, що негативні наслідки в значній мірі ослабили їхні позиції на внутрішньому і зарубіжному ринках.

Проблеми організації фінансової діяльності підприємств знайшли широке відображення у наукових працях таких вчених, як: В. І. Аранчій, С. Л. Мартюшева, Г. М. Азаренкова, А. М. Поддєрьогін, О. О. Терещенко, М. Д. Білик, І. В. Зятковський та інші. Водночас, окремі питання організації фінансової діяльності підприємств в контексті забезпечення підвищення її ефективності на основі ідентифікації основних факторів впливу потребують більш поглибленого опрацювання.

У науковій літературі існує безліч визначень поняття «фінансова діяльність підприємства», проте відсутність єдиного погляду щодо його трактування ускладнює організацію фінансової діяльності підприємства. Господарський кодекс України визначає фінансову діяльність суб'єктів господарювання через призму фінансового посередництва. Проте дане пояснення досліджуваної категорії не в повній мірі відображає її сутність та розглядає лише окремий випадок фінансової діяльності суб'єктів господарювання, які займаються наданням фінансових послуг та є фінансовими посередниками [1].

В результаті проведеного аналізу наукової літератури нами уточнено поняття «фінансова діяльність підприємства» з позиції процесного підходу. Так, під фінансовою діяльністю підприємства слід розуміти цілеспрямований процес формування та ефективного використання фінансових ресурсів господарюючого суб'єкта для забезпечення його діяльності з метою досягнення поставлених цілей економічного і соціального розвитку.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства. Практичне вирішення

проблем, пов'язаних із організацією фінансової діяльності та розвитком підприємства у довгостроковій перспективі, залежить від ступеня засвоєння керівниками і персоналом методології і методів стратегічного управління формуванням і використанням капіталу.

При формуванні структури та обсягу капіталу, необхідного для здійснення виробничо-господарської діяльності, доцільно визначити основні зовнішні та внутрішні фактори впливу, що визначають динаміку залучення та використання капіталу підприємствами. Сукупність факторів можна поєднати у дві групи: фінансово-економічні та організаційно-правові.

В свою чергу, в розрізі кожної із запропонованих груп доцільно виділити фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Так, до зовнішніх факторів фінансово-економічної групи на нашу думку слід віднести політику держави стосовно сектора економіки в якому функціонує підприємство; макроекономічні тенденції економічного стану в державі; інвестиційну привабливість сфери функціонування підприємства; кон'юнктура внутрішнього та зовнішнього ринків продукції; ступінь доступності до зовнішніх джерел фінансування. До внутрішніх факторів даної групи доцільно включити динаміку структури капіталу на підприємстві; величину основного та оборотного капіталу на підприємстві; співвідношення попиту та пропозиції на ринку продукції чи послуг виробництвом чи реалізацією яких займається підприємство; цінову політику підприємства на ринку; ризики, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції чи надання послуг.

До організаційно-правових факторів зовнішнього середовища слід віднести рівень нормативно-правового забезпечення діяльності підприємств; умови залучення капіталу на фінансовому ринку; наявність державних субсидій; розвиток інфраструктури ринку. Внутрішнього середовища – політика формування власного капіталу підприємства; вартість залучення зовнішніх джерел фінансування капіталу; форми та методи оптимізації обсягу та структури капіталу; механізм розподілу капіталу за напрямками виробничо-господарської діяльності на підприємстві; умови забезпечення капіталізації діяльності підприємства.

Таким чином, врахування зазначених факторів забезпечить умови для управління процесом формування, розподілу та використання капіталу з метою поступового забезпечення капіталізації підприємства та підвищення ефективності фінансової діяльності в цілому.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

2. Пойда-Носик Н. Н. Оцінка ефективності й оптимізація структури капіталу в системі фінансової безпеки підприємства / Н. Н. Пойда-Носик, Л. В. Петришинець // Фінанси України. – 2016. – № 10. – С. 100–112.

ОНЛАЙН-ДЕПОЗИТИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ

*Бойко А. В.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Лихопій В. І., старший викладач*

Депозити є основним джерелом нагромадження банківських ресурсів, тому банкам необхідно постійно розробляти нові депозитні програми, пропонувати нові депозитні продукти та умови вкладання коштів, підтримувати високу якість надання послуг з метою збереження існуючої та розширення клієнтської бази.

Ефективна реалізація депозитної політики вкрай важлива для банківських установ, оскільки сприяє вдосконаленню банківської діяльності в процесі залучення грошових коштів та збереженню їх конкурентних переваг [2].

За останнє десятиріччя широкої популярності набуло використання новітніх технологій в обслуговуванні клієнтів, зокрема інтернет-банкінгу, а останні декілька років споживачі банківських послуг все частіше обирають функцію розміщення депозитів в онлайн режимі. Дистанційні вклади цікаві клієнтам, які звикли берегти свій час і не бажають проводити його в очікуванні своєї черги до каси чи банківського працівника.

До переваг розміщення депозитів онлайн віднесемо:

1) підвищена прибутковість за строковими онлайн вкладами. Даний маркетинговий хід банків розроблено для заохочення клієнтів, що реалізується завдяки нижчій собівартості проведення операції;

2) максимально комфортні умови та продовжений операційний день для відкриття онлайн депозитів. Клієнт має змогу розмістити свої кошти перебуваючи вдома за комп'ютером чи навіть зі свого смартфона через мобільний додаток;

3) широкі можливості для вибору параметрів розміщення депозитів. Клієнт має змогу обрати найвигідніші умови вкладу, термін і навіть процентну ставку.

4) забезпечення широкого спектру послуг, зрозумілий інтерфейс і легка комунікація з банківською установою;

5) безпека онлайн-рахунків, що гарантується багаторівневими системами захисту, до яких входить необхідність вводу одноразового sms-паролю;

6) цілодобовий контроль залишків по депозиту, оперативне оновлення при нарахуванні відсотків.

Поряд з перевагами онлайн депозитів, слід зазначити й певні недоліки та особливості, при розміщенні вкладів через мережу Інтернет:

1) для реалізації послуги необхідно бути клієнтом відповідного банку і підключити послугу Інтернет-банкінгу;

2) не всі діючі банківські установи можуть запропонувати даний сервіс, оскільки не використовують новітні технології, або не вбачають переваг для надання послуг з дистанційного обслуговування;

3) не завжди банки надають можливість вивести гроші з депозиту на поточний рахунок;

4) відсутність документального підтвердження угоди, що може призвести до труднощів при поверненні вкладу;

5) за банкрутства фінансової установи є ймовірність виникнення проблем під час зняття грошових коштів.

Підсумовуючи, зазначимо, що з огляду на українську практику декількох попередніх років і масову ліквідацію банків, вкладнику найкраще мати документально підтвержене розміщення власних коштів: договір про відкриття вкладу та квитанцію про внесення коштів на депозитні рахунки.

Список використаних джерел:

1) Дзюблюк О. В. Розвиток банківської системи України як основа реалізації стратегії економічного зростання : [монографія] / За ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. – Тернопіль : ТНЕУ, 2010. – 384 с.

2. Еш С. М. Депозитна політика банків та інструменти її реалізації [Електронний ресурс] / С. М. Еш, В. М. Ляховецька // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – Режим доступу до ресурсу : http://Downloads/Nvmgu_eim_2016_17_29.pdf

3. Офіційний сайт ПАТ «Акцент-банк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.a-bank.com>.

ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ ЯК НАПРЯМ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

***Бойко О. А.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів***

***Науковий керівник –
Лелюк Ю. М., кандидат економічних наук, доцент***

Розвиток фінансових інновацій та комп'ютерних технологій, інформатизація та розширення можливостей математичного моделювання в останні роки сприяли становленню нового напрямку у фінансовій науці – «фінансового інжинірингу».

Основні дослідження даного питання належать представникам західної економічної думки, зокрема, такими науковцями, як В. Бансал, Дж. Маршал, М. Міллер, П. Туфано, Дж. Фіннерті та іншим. Істотний внесок зробили також українські вчені: З. Васильченко, О. Глущенко, З. Луцишин, Ю. Масленченков.

Фінансовий інжиніринг є недостатньо вивченою сферою економічної науки, оскільки немає одностайності в розумінні його сутності, інструментарію та методів, а також не існує загальноприйнятих теоретичних концепцій даного поняття. Найчастіше зустрічаємо визначення Дж. Фіннерті: «Фінансо-

вий інжиніринг включає в себе проектування, розробку і реалізацію інноваційних фінансових інструментів та процесів, а також творчий пошук нових підходів до розв'язання проблем у сфері фінансів».

З точки зору практики фінансовий інжиніринг охоплює великий спектр питань, а саме: фінанси акціонерних компаній, управління довгостроковими та короткостроковими грошовими вкладеннями та пов'язаними з цим ризиками. Фінансові інструменти є здебільшого прикладами інноваційного використання та поєднання існуючих фінансових інструментів з метою зменшення фінансового ризику, зниження вартості фінансування, використання деяких переваг та особливостей бухгалтерського обліку та податкового законодавства, чи з метою використання неефективного ринку [1].

Масленченков Ю. під фінансовим інжинірингом розуміє «фінансове забезпечення клієнта з використанням різних банківських продуктів, у тому числі власних банківських фінансових технологій і фінансових інструментів ринку, яке відповідає потребам як клієнта, так і інтересам банку».

На думку Капелинського Ю. сутність фінансового інжинірингу полягає у створенні нових фінансових продуктів та послуг, які використовуються фінансовими інститутами для перерозподілу грошових ресурсів, ризиків, ліквідності, доходів та інформації у відповідності з фінансовими потребами клієнтів та змінами у макро- та мікроекономічній ситуації. Таким чином, нові фінансові продукти виступають у якості елементів механізму перерозподілу фінансових ресурсів.

Інституційне закріплення статусу фінансового інжинірингу у нормативно-правовому забезпеченні обмежене лише загальним визначенням фінансової послуги. Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» не визначено статус фінансового інжинірингу й не віднесено до переліку основних фінансових послуг, визначений лише статус фінансової послуги. Згідно з вищезгаданим Законом «фінансова послуга – операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів» [2].

Фактори, наслідком впливу яких є інтенсивний розвиток фінансового інжинірингу, поділяють на дві групи:

1) екзогенні фактори (мінливість цін, загальна глобалізація промислових і фінансових ринків, податкові зміни та зміни регуляторного законодавства, посилення конкуренції та операційні витрати);

2) ендогенні фактори (потреба в ліквідних коштах, відмінність інтересів керівництва та небажання ризикувати).

Таким чином, розвиток фінансових інновацій на ринку фінансових послуг і поширення на ньому гібридних, структурованих та інших складних фінансових інструментів вимагає подальших досліджень у контексті фінансової безпеки вітчизняної фінансової системи.

Список використаних джерел:

1. Гібридний капітал банку: світовий досвід, перспективи впровадження в Україні / В. І. Міщенко, В. В. Крилова, В. В. Салтинський, О. Г. Приходько. // Науково-аналітичні матеріали Національного банку України. – 2009. – № 13. – С. 23 – 31.
2. Глущенко О. В. Фінансовий інжиніринг: інновації та загрози [Електронний ресурс] / О. В. Глущенко // Ефективна економіка. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_5_10.
3. Медвідь Т. Фінансові інновації банків: зворотний бік медалі / Т. Медвідь // Вісник НБУ. – 2014. – № 5. – С. 52 – 56.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРАХУНКУ ВАРТОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**Бондаренко В. В.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Томілін О. О., доктор економічних наук, доцент**

На сьогодні у практиці фінансового менеджменту існує ряд підходів до визначення вартості (ціни) власного капіталу підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до визначення вартості (ціни) власного капіталу підприємства

Складові власного капіталу	Формула для розрахунку	Автор, джерело
Акціонерний капітал	$Ц_{\text{АК}} = \frac{(Д \times 100)}{Ц_{\text{А}}} \times Т$ <p>де $Ц_{\text{АК}}$ – вартість акціонерного капіталу; $Д$ – сума дивідендів, виплачена на акцію; $Ц_{\text{А}}$ – поточна ціна акції; $Т$ – постійний темп приросту дивідендів, %.</p>	І. О. Бланк [1, с. 225]
Акціонерний капітал, що додатково залучається для фінансування діяльності підприємства	$Ц_{\text{АКДЗ}} = \frac{К_{\text{А}} \times Д_{\text{ЗП}} \times Т_{\text{П}} \times 100}{ВК_{\text{ПА}} \times (1 - ВЕ)}$ <p>де $Ц_{\text{АКДЗ}}$ – вартість акціонерного капіталу, що додатково залучається; $К_{\text{А}}$ – кількість додаткової емісії простих акцій; $Д_{\text{ЗП}}$ – сума дивідендів, що припадають у звітному періоді на одну акцію; $Т_{\text{П}}$ – плановий темп росту виплат прибутку у формі дивідендів власникам капіталу; $ВК_{\text{ПА}}$ – сума власного капіталу, залучена за рахунок емісії простих акцій; $ВЕ$ – планові витрати по емісії акцій.</p>	В. М. Порожня [4, с. 210]
Нерозподілений прибуток	$Ц_{\text{НП}} = Ц_{\text{АК}}$ <p>де $Ц_{\text{НП}}$ – вартість нерозподіленого прибутку; $Ц_{\text{АК}}$ – вартість акціонерного капіталу.</p>	І. О. Бланк [1, с. 226]

Власний капітал	$Ц_{ВК} = \frac{ЧП_{д}}{ВК}$ де $Ц_{ВК}$ – ціна власного капіталу; $ЧП_{д}$ – чистий прибуток, виплачений акціонерам; $ВК$ – середня величина власного капіталу.	Т. П. Ломакіна, А. В. Гукова [3, с. 54]
-----------------	--	---

Джерело: узагальнено автором

Окрім розглянутих у табл. 1 методик розрахунку вартості власного капіталу існують й інші, проте вони, переважно, також ґрунтуються на розмірах дивідендних виплат і рентабельності власного капіталу. Зважаючи на недоліки першого підходу (неможливість застосування для підприємств інших організаційно-правових форм окрім акціонерних товариств; нульова вартість/ціна власного капіталу за відсутності дивідендних виплат) і другого підходу (вартість/ціна власного капіталу низькорентабельних підприємств виявляється нижчою, ніж високорентабельних; неможливість розрахунку вартості/ціни власного капіталу збиткових підприємств), для визначення вартості (ціни) власного капіталу підприємства доцільно, з нашого погляду, обирати методику, що ґрунтується на забезпеченні необхідного рівня доходності фінансового капіталу у випадку його альтернативного використання та передбачає оцінювати власний капітал кумулятивним методом за наступною формулою:

$$R_N = R_r + i_r + R_r \times i_r, \quad (1)$$

де R_N – номінальна вартість капіталу, %

R_r – реальна вартість капіталу, %

i_r – темп інфляції, % [2, с. 54].

За реальну вартість власного капіталу слід брати розмір депозитної ставки для юридичних осіб у національній валюті, що забезпечує вищий рівень доходності, ніж депозитна ставка в іноземній валюті.

Отже, зважаючи на недоліки підходів, що ґрунтуються на розмірах дивідендних виплат і рентабельності власного капіталу, для визначення вартості власного капіталу доцільно обирати методику, що базується на забезпеченні необхідного рівня доходності фінансового капіталу у випадку його альтернативного використання та передбачає оцінювати власний капітал кумулятивним методом.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс. – К. : Ника-Центр, 1999. – 528 с.
2. Борщ А. Г. Структура фінансового капіталу та ефективність його використання агропромисловими підприємствами / А. Г. Борщ, О. Г. Борщ // Економіка АПК. – 2011. – № 3. – С. 51–55.
3. Ломакіна Т. П. О расчете цены собственного капитала / Т. П. Ломакіна, А. В. Гукова // Финансы. – 2010. – № 9. – С. 53–56.
4. Порохня В. М. Оптимізація вартісної структури капіталу підприємства / В. М. Порохня, Л. В. Кухарева // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво : Науково-виробничий журнал. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2006. – № 1. – С. 206–214.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Бондарь А. В.,
студентка 2 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Томілін О. О., доктор економічних наук, доцент*

Серед основних завдань сучасного розвитку українських підприємств, які пов'язані з постійним подоланням кризових ситуацій, визначають особливі вимоги до фінансової стійкості підприємства як стратегічного фактору фінансової безпеки діяльності підприємства, а також зростання його інвестиційної привабливості.

Ефективне управління фінансовою стійкістю підприємства на будь-якому рівні економічної системи включає окремі етапи:

- моніторинг змін фінансової стійкості;
- визначення проблем виявлених змін;
- розробка заходів, що забезпечують заданий рівень фінансової стійкості;
- аналіз можливостей і повноважень для реалізації прийнятих рішень;
- запровадження розроблених завдань та рішень;
- контроль за реалізацією рішень та завдань [2].

Реалізація зазначених етапів управління фінансовою стійкістю підприємства базується на певному механізмі. Дослідження механізму управління фінансової стійкості підприємства передбачає наявність та аналіз трьох складових: фінансового механізму, механізму управління та фінансової стійкості підприємства.

Фінансовий механізм підприємства – це система форм, методів та інструментів, які застосовуються у фінансовій діяльності для забезпечення функціонування всіх сфер та напрямків, шляхом оперування фінансовими ресурсами з урахуванням економічних інтересів суб'єктів. Основними елементами фінансового механізму є: фінансові відносини як об'єкт фінансового управління, фінансові важелі, фінансові методи, нормативно-правове та інформаційне забезпечення [3].

Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства можна представити як сукупність взаємопов'язаних блоків:

- 1) блок фінансування, який включає систему залучення фінансових активів;
- 2) блок розподілу фінансових активів, який включає систему використання фінансових активів підприємства;
- 3) сукупність елементів, регулюючих процес залучення, розподілу і використання фінансових активів, враховуючи оперативну, тактичну та стратегічну оцінку фінансової стійкості підприємства (рис. 1).

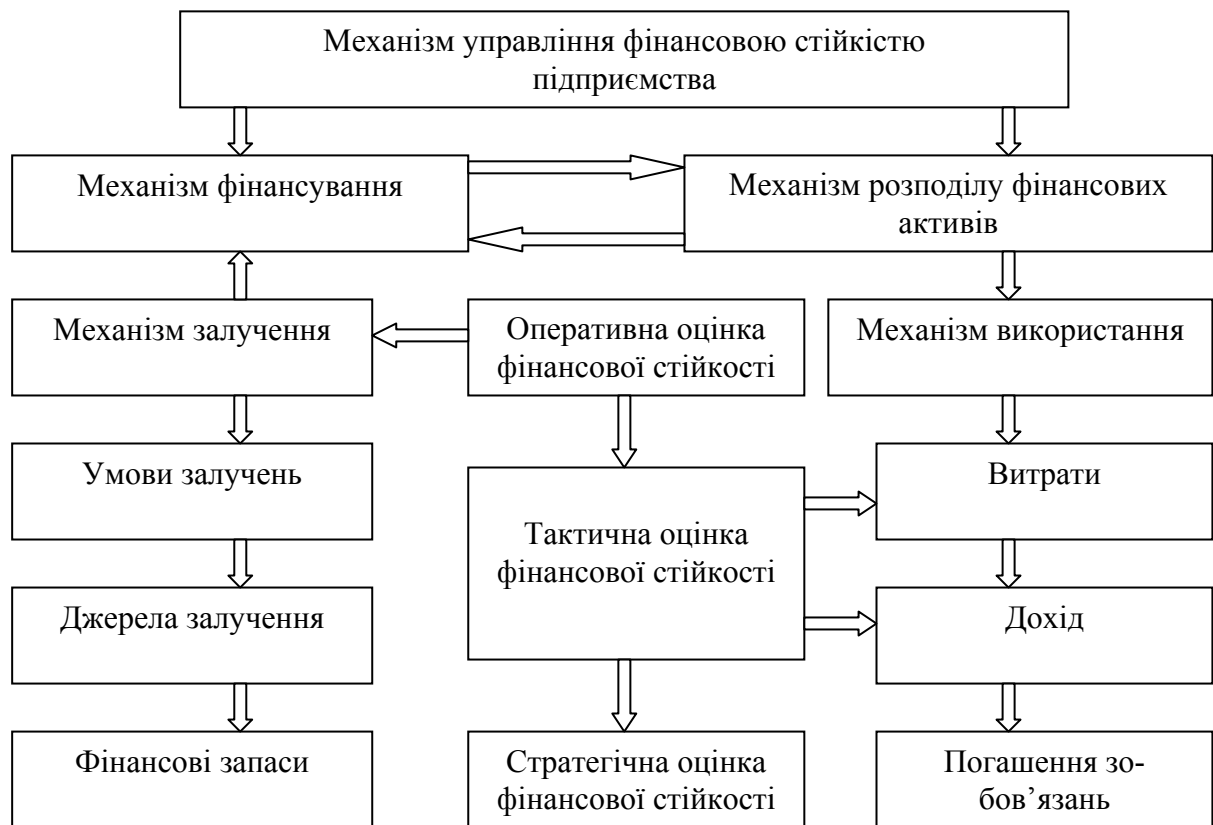


Рис. 1. Структура механізму управління фінансовою стійкістю підприємства

Розроблений механізм управління функціонує з урахуванням певних організаційних структур, принципів, методів, фінансових інструментів, правових норм з метою встановлення оптимальних параметрів структури та обсягу фінансових активів, з їх залученням з різних джерел і в різноманітних формах для підвищення конкурентоспроможності та інноваційної активності підприємства при дотриманні заданого рівня фінансової стійкості.

Список використаних джерел

1. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Ю. М. Тютюнник, Л. О. Дорогань-Писаренко, С. В. Тютюнник. – Полтава : ПДАА, 2016. – 432 с.
2. Управління фінансами суб'єктів господарювання : практикум : навч. посіб. / А. П. Вожжов, С. В. Сорокіна, І. В. Колесова та ін.; за ред. А. П. Вожжова. – К. : Знання, 2014. – 324 с.
3. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник / В. М. Шелудько. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання, 2013. – 375 с.

НАРАХУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЇ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

*Борщагова Н.О.,
здобувач СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Яловега Л.В., кандидат економічних наук*

В умовах господарювання важливе значення має відтворення основних засобів як процес їх виробничого використання, зносу, амортизації, підтримки в робочому стані через здійснення ремонтів і відновлення. Особливе значення в механізмі відтворення основних засобів відводиться амортизації, оскільки вона, з одного боку, є елементом виробничих витрат, що включаються в собівартість продукції, а з іншого – є джерелом коштів для відновлення основних засобів. Водночас амортизація відображає специфіку руху його вартості й розглядається як впливовий важіль управління процесом відтворення.

Для нарахування амортизації об'єкта основних засобів варто використовувати компетентний підхід, який забезпечить нарахування амортизації на кожен окрему частину об'єкта основних засобів, якщо ці частини об'єкта мають різний термін експлуатації, що впливає на строки їх зношення.

Наразі вплив на вибір методу амортизації здійснюють такі чинники:

- простота методу нарахування та можливість його застосування;
- вплив на собівартість продукції та вартість ресурсів;
- наявність корпоративної політики у сфері нарахування амортизації.

Основні проблемні аспекти нарахування амортизації та шляхи їх вирішення наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Проблемні аспекти нарахування амортизації та шляхи їх вирішення

Джерело	Проблемне питання	Причини	Шляхи вирішення
П(С)БО 7 п. 29	Нарахування амортизації розпочинається з місяця, наступного за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для використання	Виникає неоднозначність трактування початку нарахування амортизації, якщо об'єкт не потребує монтажу.	Встановити необхідність нарахування після місяця в якому об'єкт основних засобів було введено в експлуатацію, що документально підтверджено
П(С)БО 7 п. 24	Термін корисного використання об'єктів основних засобів	Зниження терміну корисного використання підприємствами	Встановити мінімальний термін корисного використання різних видів основних засобів
П(С)БО 7 п. 22	Відсутність можливості нарахування амортизації окремих частин об'єктів основних засобів, якщо вони мають різний термін використання.		Відображення дооцінки та уцінки основних засобів на рахунках додаткового капіталу

У літературі не існує єдиної думки щодо найдоцільнішого методу нарахування амортизації, тому у питанні вибору відповідного методу пропонують виходити з двох позицій:

– принцип обачності, що відповідає методу зменшення залишкової вартості, за яким нараховується найбільша сума амортизації в перші роки використання об'єкта;

– очікуваний спосіб отримання економічних вигід від використання об'єктів.

Водночас для нарахування амортизації досить важливим є визначення відповідного строку корисного використання об'єктів, що не впливає на викривлення інформації про основні засоби у фінансовій звітності. Така проблема різниці строку корисного використання можлива, коли однотипні об'єкти використовують на різних підприємствах. Тому доцільно законодавчо встановити граничну межу корисного використання різних видів основних засобів та відмовитися від регулювання цих питань в податковому обліку, що, насамперед, унеможливить зниження терміну використання основних засобів підприємствами.

Отже, удосконалення процесу нарахування амортизації можливе за наступних умов:

– по-перше, необхідно визначити доцільний строк корисного використання об'єкта, що не впливатиме на викривлення інформації про основні засоби у фінансовій звітності;

– по-друге, встановити необхідність нарахування амортизації після місяця в якому об'єкт основних засобів було введено в експлуатацію.

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що правильність вибору методу нарахування амортизації основних засобів є значним фактором зниження собівартості продукції, тому є важливим питанням економіки будь-якої країни. Сума нарахованого зносу характеризує стан основних виробничих фондів, а отже є вагомим показником ефективності господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Жук Н. Л. Облік основних засобів в ринкових умовах : [навч. посібник] / Н. Л. Жук. – [2-е вид., перероб. і допов.]. – К : Всеукраїнський інститут права та оцінки, 2011. – 286 с.

2. Огійчук М. Ф. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами : [підручник] / Огійчук М. Ф., Сколотій Л. О., Беленкова М. І. та ін. / за ред. проф. М. Ф. Огійчука. – [7-ме вид., перероб. і допов.]. – К: Алерта, 2016 – С. 374–375.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» № 92 від 27 квіт. 2004 р. [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main/index>.

4. Сук П. Л. Бухгалтерський облік амортизації основних засобів / П. Л. Сук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2015. – № 6. – С. 15–22.

ВПЛИВ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

*Владімірова О.В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент*

Усі основні засоби, крім землі піддані фізичному та моральному зносу, тобто під впливом фізичних сил, технічних та економічних факторів вони поступово втрачають свої якості та приходять до непотребу. Поступове перенесення вартості діючих основних фондів на готовий продукт та накопичення грошового фонду для заміни зношених об'єктів називається амортизацією.

Основним питанням амортизаційної політики – який метод амортизаційних відрахувань обрати. Щоб відповісти на це питання треба детально розглянути усі існуючі методи та визначити фактори, що пов'язані з експлуатацією об'єктів основних засобів, бо чітких рекомендацій по цьому у світі не існує. Обраний метод нарахування амортизації закріплюється наказом та відображається у обліковій політиці підприємства.

Амортизаційні відрахування – один з головних джерел здійснення реальних інвестицій. За допомогою амортизації регулюється швидкість звороту основних засобів, інтенсифікується процес її відтворення, регулюється технічна та виробнича політика на підприємстві.

Амортизацію можна трактувати як процес послідовного перенесення вартості засобів праці, авансованої в їх придбання та в міру їх зношення на вироблену продукцію з метою формування грошового фонду для подальшого відтворення зношених основних засобів в натуральній формі. При цьому мова не йде про технічну прив'язку процесів відтворення використаних в процесі виробництва засобів праці до їх попередньої натуральної форми.

Під терміном «амортизація» основних фондів і нематеріальних активів визначеним ПКУ слід розуміти систематичний розподіл вартості основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів, що амортизуються, протягом строку їх корисного використання.

Сучасний підхід розкриття сутності амортизації не перешкоджає переливу амортизаційних відрахувань в будь-які нові натуральні форми основного капіталу при умові збереження, принципу цільового використання амортизаційних відрахувань на відтворення засобів праці, а не для використання їх, як показує вітчизняна практика, на покриття дефіциту підприємств в оборотних активах. Науково-технічний прогрес вимагає відтворення основних засобів на новій технічній основі. Основою амортизації являється зношення основних засобів. Поняття зношення і зносу не є ідентичними.

Знос - це втрата засобами праці своїх властивостей чи характеристик внаслідок певних обставин (експлуатації, впливу науково-технічного прогресу і т.п.), тобто це об'єктивно існуюче явище. Зносу підлягають всі засоби

праці як діючі, так і не діючі, незалежно від їх участі в процесі виробництва (виробничі і невиробничі).

Таблиця 1

Переваги та недоліки існуючих методів амортизації згідно П(С)БО 7

Метод амортизації	Переваги	Недоліки
Прямолінійний	Простота розрахунку амортизації, можливість рівномірного розподілу амортизації за кожним звітним періодом, що зручно для співставлення собівартості продукції, яка випускається, з доходами від реалізації. Доцільний до застосування щодо об'єктів, знос яких не залежить від обсягу виробництва	Не враховуються моральний знос об'єкта і чинник зростання витрат на ремонт по мірі їх експлуатації
Зменшення залишкової вартості	Упродовж перших років експлуатації об'єкта за допомогою нарахування амортизації накопичується значна сума коштів, необхідних для відновлення об'єктів основних засобів.	Метод базується на порівняно складних математичних розрахунках і через це не є дуже зручним у використанні
Прискореного зменшення залишкової вартості	Упродовж перших років експлуатації об'єкта за допомогою нарахування амортизації накопичується значна сума коштів, необхідних для відновлення об'єктів основних засобів. Застосовують переважно у випадках, коли продуктивність обладнання в перші роки експлуатації вища, ніж у наступні.	Сума зносу часто не узгоджується ні з фактичним використанням об'єкта, ні з виготовленою продукцією
Кумулятивний	Упродовж перших років експлуатації об'єкта за допомогою нарахування амортизації накопичується значна сума коштів, необхідних для відновлення об'єктів основних засобів. Використовують, якщо продуктивність обладнання в перші роки експлуатації вища, ніж у наступні та у випадках швидкого морального старіння об'єкта	Сума зносу часто не узгоджується ні з фактичним використанням об'єкта, ні з виготовленою продукцією
Виробничий	Простота та раціональність розрахунку. Сума зносу узгоджується з виготовленою продукцією. Застосовують переважно у випадках, коли інтенсивність використання об'єкта впливає на його експлуатаційні властивості.	Неможливо або дуже складно визначити фактичний обсяг виробленої продукції з використанням того чи іншого активу

Зношення - це економічний процес, відображення зносу в економічній дійсності. Зношення представляє собою процес втрати засобами праці своєї вартості. Причиною зношення може бути як фізичний так і моральний знос.

Нарахування амортизації (зносу) регламентується П(С)БО №7, за яким амортизація – це систематичне розподілення вартості основних засобів, яка амортизується протягом строку їх корисного використання (експлуатації).

Нарахування амортизації основних засобів робиться такими методами: прямолінійний; виробничий; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний.

Проаналізувавши інформацію можемо зробити висновки, що всі методи мають свої особливості і можуть використовуватися, однак необхідно врахувати групу основних засобів на які буде нараховуватися амортизація.

Список використаних джерел:

1. Боброва О.Г. Амортизаційна політика у відтворенні основних засобів / О.Г. Боброва // Економіка АПК – 2010. – № 4. – С. 54 - 61.
 2. Шумейко О. Ю. Амортизаційна політика та її вплив на відтворення основних засобів підприємства / Шумейко О. Ю., В. С. Бурченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». - № 10. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua>
-

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

*Глеба О. Ю.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент*

Одним з найвагоміших моментів, які характеризують фінансове становище підприємства, є стан розрахунків з дебіторами.

Розрахунки між контрагентами здійснюються через установи банків шляхом безготівкового розрахунку, міни майна (бартер), погашення боргових зобов'язань [3].

Основним завданням аудиту розрахунків є:

- встановлення реальності дебіторської та кредиторської заборгованості;
- перевірка наявності простроченої дебіторської та кредиторської заборгованості;
- встановлення дебіторської та кредиторської заборгованості, з якої минув строк позовної давності;
- перевірка списання заборгованості, строк позовної давності з якої минув;
- перевірка правильності обліку дебіторської та кредиторської заборгованості залежно від прийнятого методу визначення реалізації та видів реалізації;
- перевірка правильності та обґрунтованості списання заборгованості.

Джерелами інформації для проведення аудиту розрахунків з постачальниками, покупцями та замовниками, дебіторами та кредиторами є [2]:

1. Регістри синтетичного обліку і звітність (Баланс та Головна книга).
2. Регістри синтетичного і аналітичного обліку розрахунків (журнали-ордери № 6, 11, 8, 7; відомості № 16, 15 та ін.).
3. Первинні документи з обліку розрахунків (накладні, рахунки-фактури, договори та ін).

Під час проведення аудиту дебіторської та кредиторської заборгованості та виконання відповідних аудиторських процедур аудитор використовує різні

методи вибору елементів (дебіторів та кредиторів) для тестування, а саме: вибір усіх елементів (100% дослідження); вибір окремих елементів; аудиторська вибірка.

Доречність застосування будь-якого методу вибору елементів або їх поєднання залежить від конкретних обставин, зокрема ідентифікованих аудитором ризиків, пов'язаних із твердженням, а також ефективності різних методів.

Вибір усіх елементів може бути доречним у випадках, якщо, наприклад: сукупність складається з невеликої кількості елементів і кожен з цих елементів має значну вартість; існує значний ризик; інші методи не надають достатніх та прийнятних аудиторських доказів.

Вибір окремих елементів може бути доречним у випадках, якщо вибрані елементи можуть включати, наприклад, основні елементи або елементи з високою вартістю.

Якщо аудитор прийняв рішення використати аудиторську вибірку під час виконання аудиторських процедур, то він повинен керуватися МСА 530 «Аудиторська вибірка» [2].

Застосування аудиторської вибірки має такі ключові етапи: організація вибірки, обсяг вибірки та відбір статей для тестування; виконання аудиторських процедур; аналіз ідентифікованих відхилень; оцінка результатів аудиторської вибірки.

Таким чином, аналітичні процедури можуть застосовуватися не лише для підтвердження вірогідності облікових і звітних даних, але й при наданні широкого спектра консультаційних послуг, а також у процесі внутрішнього контролю з метою оцінки ефективності роботи організації й, зокрема, ефективності управління дебіторською заборгованістю.

Список використаних джерел:

1. Аудит : підручник / за ред. Г. М. Давидова, М. В. Кужельного. – К. : Знання, 2009. – 495 с.
 2. Міжнародні стандарти аудиту [Електронний ресурс] / Бібліотека бухгалтера. – Режим доступу : [http:// www.pro-u4ot.info](http://www.pro-u4ot.info).
 3. Шадурська Л. І. Організація контролю дебіторської заборгованості господарюючого суб'єкта [Електронний ресурс] / Л. І. Шадурська – Офіц. сайт НБУ ім. Вернадського. – Режим доступу : [www. nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua).
-

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Голик Є. В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент*

Прибуток являє собою найважливішу фінансову категорію, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, і зрештою свідчить про рівень і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Одночасно прибуток впливає на зміцнення фінансового стану підприємства, інтенсифікацію виробництва за будь-якої форми власності. Він є не лише джерелом забезпечення внутрішньогосподарських потреб підприємств, а й джерелом формування бюджетних ресурсів держави. Прибуток як кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства становить собою різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво й реалізацію продукції. У фінансовому словнику «прибуток» визначається як перевищення сукупних доходів над сукупними витратами [3].

Доходи і витрати відображуються у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення незалежно від дати надходження чи сплати грошей. Доходи і витрат включаються до Звіту згідно з принципами відповідності витрат і доходів.

Загальний фінансовий результат від основної діяльності підприємства складається з:

- фінансових результатів від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів;
- фінансових результатів від реалізації сільськогосподарської продукції та біологічних активів як запасів, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю, за вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу;
- фінансового результату від зміни справедливої вартості біологічних активів на дату балансу, оцінка яких здійснюється за справедливою вартістю за вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу.

Остаточний фінансовий результат діяльності підприємства за П(С)БО розраховується як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від звичайної діяльності та надзвичайного прибутку, надзвичайного збитку і податків з надзвичайного прибутку.

У системі фінансового керування необхідно враховувати такі показники прибутків:

- 1) чистий виторг від реалізації продукції (робіт, послуг) – це валовий виторг від реалізації за відрахуванням податку з додаткової вартості, акцизів, повернутих товарів і цінових знижок;
- 2) валовий прибуток від реалізації – чистий виторг від реалізації за від-

рахуванням виробничих витрат на реалізовану продукцію;

3) прибуток (збиток) від основної діяльності (операційний прибуток або операційний збиток) – валовий прибуток від реалізації за відрахуванням витрат по керуванню і витрат по збуті;

4) прибуток від фінансової діяльності – сальдо прибутків і витрат по фінансовій діяльності;

5) прибуток від звичайної господарської діяльності – сума прибутків від основної господарської діяльності і прибутків від фінансової діяльності;

6) надзвичайні прибутки;

7) прибуток (збиток) до сплати податку. Цей показник є точкою переходу від бухгалтерського прибутку до оподаткованого прибутку;

8) чистий прибуток (чистий збиток) – прибуток після сплати податку. У умовах ринкової економіки це найважливіший показник діяльності підприємства; Саме він знаходиться в центрі уваги керуючого підприємства і фінансових ринків. Від його динаміки залежить саме існування підприємства, робочі місця для його робітників, виплата дивідендів в акціонерній компанії [2].

Чистий прибуток розподіляється за наступними напрямками:

- на формування резервних фондів;
- виплату доходів засновникам (учасникам);
- створення фондів цільового призначення (накопичення, споживання, соціальної сфери).

При цьому існують два підходи до розподілу чистого прибутку. При першому підході в установчих документах підприємства оговорюється порядок створення спеціальних фондів. Це можуть бути: фонд накопичення, який об'єднує кошти, зарезервовані для виробничого розвитку підприємства та інших аналогічних заходів щодо створення нового майна; фонд соціальної сфери, який враховує кошти, що направляються на фінансування капітальних вкладень у соціальну сферу; фонд споживання, який акумулює кошти на розвиток соціальної сфери, окрім капітальних вкладень, матеріальне заохочення працівників, одноразова допомога, оплата путівок до будинку відпочинку і т. п. Перший підхід полегшує процес планування і контролю використання фінансових ресурсів підприємства.

При другому підході що залишається у розпорядженні підприємства прибуток не розподіляється по фондах, а утворює єдиний багатоцільовий фонд, концентрує як прибуток, що спрямовується на накопичення, так і вільні кошти, які можуть бути спрямовані як на накопичення, так і на споживання. При тому і в іншому підході підприємства самостійно визначають пропорції розподілу прибутку за основними напрямками.

Держава за допомогою податкових пільг стимулює напрямок прибутку на фінансування капітальних вкладень виробничого і невиробничого призначення, благодійні цілі, фінансування природоохоронних заходів, витрат на утримання об'єктів і закладів соціальної сфери та ін [4].

При вирішенні питання про те, яку частину чистого прибутку доцільно

спрямувати на виплату доходів засновникам (учасникам), зокрема дивідендів по акціях, необхідно враховувати ряд факторів. З одного боку, збільшення дивідендних виплат веде до зростання курсової вартості акцій, підвищенню ділової репутації організацій. З іншого боку, капіталізація чистого прибутку, тобто напрямок її на виробничий розвиток, представляє собою найбільш прийнятний джерело фінансування діяльності підприємства без супутніх витрат на випуск цінних паперів, виплату доходів по них, виплату відсотків по кредитах. При цьому не розширюється коло власників підприємства. Якщо ж підприємство тривалий час не направляє кошти на свій розвиток, то це веде до фізичного і морального старіння техніки, збільшення витрат виробництва, втрати конкурентних позицій. І як результат - скорочення обсягу одержуваного прибутку. Все це вимагає ретельного і обґрунтованого підходу до розподілу прибутку.

Список використаних джерел:

1. Ільяшенко С. Звіт про фінансові результати / С. Ільяшенко // Все про бухгалтерський облік. - 2012. - №8. – С. 11 - 14.
 2. Філімоненко О. С. Фінанси підприємства: [навч. посіб.] / О.С.Філімоненко - К.: Ельга, Ніка-Центр, 2006. - 363 с.
 3. Хомин І. П. Резерви збільшення прибутку в сільськогосподарських підприємствах / І.П. Хомин // Економіка АПК. - 14 - №4. - С. 91-95.
-

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Гомзякова В. В.,
студентка 2 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Томілін О. О., доктор економічних наук, доцент*

Сучасний рівень розвитку сільськогосподарського виробництва, коливання валютного курсу, а також умови функціонування виробничих структур аграрної сфери в умовах фінансової кризи характеризується певною нестабільністю, що в значній мірі негативно впливає на загальний фінансовий стан зазначених підприємств та подальші перспективи їх розвитку. Кон'юнктурні ринкові зміни, включаючи цінову політику на сільськогосподарську продукцію, що обумовлюється як обсягами виробництва, так і державними заходами стосовно обмеження експорту сільськогосподарської продукції, спричиняють коливання показників рівня прибутковості та рентабельності підприємств аграрного сектору економіки.

Достовірна інформація про отримані результати фінансового аналізу необхідна для прийняття ефективних управлінських рішень, що в свою чергу призведе до досягнення значної економічної ефективності виробництва та підвищення рентабельності виробництва. Правильно обраний підхід до ана-

лізу фінансових результатів потрібен для їх планування й прогнозування в майбутньому періоді. Разом з тим величина фінансового результату визначає можливість подальшого розвитку та створює запаси фінансової стійкості, яка дає змогу підприємству оперативно реагувати на зміни у ринковій кон'юнктурі, саме тому актуальним є відпрацьовування методичних питань аналізу фінансових результатів.

Дослідник, фахівець у сфері фінансової аналітики, Є. В. Мних наголошує, що аналіз фінансових результатів варто здійснювати за двома векторами:

1) фінансовий результат оцінюють як ступінь досягнення кінцевої мети та визначення ефективності виробничо-фінансової діяльності, де пріоритетною є оцінка ступеня використання сприятливих можливостей та втраченої вигоди;

2) визначення пріоритетів вкладення капіталу за видами діяльності, за масштабами у стратегічному та тактичному вимірах, які дають максимальний приріст фінансового результату [3, с. 92].

На нашу думку, при оцінці результативності господарської діяльності в першу чергу слід звернути увагу на наявність або відсутність показника чистого прибутку, що дає змогу робити висновки про доцільність детального аналізу окремих аспектів формування фінансових результатів. В умовах відсутності прибутку за результатами звітного періоду слід говорити про необхідність розрахунку системи показників, що визначають рівень рентабельності окремих складових виробничих процесів або елементів капіталу чи майна.

При більш детальному проведенні аналізу фінансових результатів діяльності є проведення його факторного аналізу з метою з'ясування основних складових, що визначили відповідний його рівень [1].

Суттєвим індикативним показником результативності господарської діяльності (і в першу чергу доцільності такої діяльності) є значення маржинального доходу та порогу рентабельності. В умовах наявності збитку за результатами фінансово-господарської діяльності, але існуванні маржинального доходу доцільною буде розробка комплексу заходів стосовно розширення ринків збуту та оптимізації витрат.

Одним з інструментів управління та впливу на прибуток підприємства, а отже і напрямом аналізу, є операційний леверидж (важіль). Операційний важіль – інструмент управління операційним прибутком, заснований на вивченні співвідношення постійних і змінних витрат. З його допомогою можна прогнозувати зміну прибутку підприємства у залежність від зміни обсягу продажу, і навіть визначити точку беззбиткової діяльності [2]. Дія операційного (виробничого, господарського) важеля виявляється в тому, що будь-яка зміна виручки від реалізації завжди породжує більші зміни прибутку. Цей ефект обумовлений різним ступенем впливу динаміки постійних та змінних витрат на формування фінансових результатів. Чим більше рівень постійних витрат, тим вище сила впливу операційного важеля.

Окрім розрахунку показників рентабельності (збитковості), що базують-

ся на порівнянні значень рівня прибутку (збитку) та різних елементів витрат, доцільно співставити рівень фінансового результату із сумою майна, яке використовує підприємство [4]. Дане співставлення дозволить зробити висновок про доцільність використання ресурсів у цій сфері господарювання. Серед показників рентабельності витрат варто виокремити: рентабельність виробничих витрат, рентабельність операційних витрат, рентабельність діяльності, коефіцієнти окупності витрат (виробничих, операційних, адміністративних, на збут. До основних показників рентабельності реалізованої продукції відносять рентабельність продажу та рентабельність операційної діяльності. Ще однією групою показників рентабельності є показники ефективності використання капіталу, до яких відносять: рентабельність сукупного капіталу, власного капіталу, виробничих фондів, коефіцієнти та періоди окупності капіталу, а також фондівіддачу та матеріалівіддачу.

Таким чином, під час аналізу фінансових результатів підприємства можуть використовуватися найрізноманітніші прийоми, методи та моделі. Їх кількість та широта застосування залежить від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному окремому випадку. Фінансові результати підприємства можуть бути оцінені з різним ступенем деталізації залежно від цілей аналізу, існуючої інформації, програмного, технічного та кадрового забезпечення.

Список використаних джерел

1. Лазарева А. С. Особливості аналізу фінансових результатів на підприємстві / А. С. Лазарева // Управління розвитком. – 2013. – № 4. – С. 175–178.
 2. Лісничка Т. В. Удосконалення методики аналізу фінансових результатів : [Текст] / Т. В. Лісничка // Управління розвитком. – 2013. – № 4 (144). – С. 122–124.
 3. Мних Є. В. Економічний аналіз : [підручник] / Є. В. Мних. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
 4. Турило А. М. Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства / А. М. Турило, О. А. Зінченко // Фінанси України. – 2008. – № 8. – С. 35 – 44.
-

ШЛЯХИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

*Громович Ю.Г.,
студентка 3 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Єгорова О.В , кандидат економічних наук, доцент*

Економія та ефективне використання матеріальних ресурсів для України є важливим і необхідним напрямком функціонування економіки. Як показала практика, в процесі виробництва та при зберіганні матеріальних ресурсів допускаються значні втрати сировини, матеріалів, енергії, палива та інших матеріальних ресурсів. Недостатньо утилізуються відходи виробництва, вико-

ристовуються вторинні ресурси та мало уваги приділяються ресурсозбереженню.

Основним завданням управління на всіх рівнях є економія сировини, матеріалів та енергії, щоб за рахунок цього збільшити випуск конкурентоспроможної продукції. На рівні окремого суб'єкта господарювання необхідно визначити невикористанні можливості, а саме:

- зменшення ваги виробів;
- скорочення витрат і відходів сировини;
- використання відходів та побічної продукції;
- утилізація вторинних ресурсів;
- заміна натуральних видів сировини та матеріалів штучними замінниками;
- впровадження науково-обґрунтованих норм витрат сировини, матеріалів, палива;
- покращання структури матеріальних ресурсів;
- здійснення контролю за зберіганням матеріальних ресурсів. [2]

Для досягнення максимальної ефективності використання матеріальних ресурсів при уже існуючому рівні техніки й технологій потрібно:

- збільшити власну ресурсну базу традиційних матеріалів, підвищення ефективності їх використання;
- використовувати альтернативні нетрадиційні і нові джерела енергії (вітру, сонця, біологічної маси);
- впроваджувати пристрої та системи для контролю й регулювання споживання газу, електроенергії, води, палива та інших матеріалів;
- покращити транспортування і зберігання матеріальних ресурсів;
- застосовувати ресурсозберігаючу техніку і маловідходні технології;
- застосовувати дієву систему стимулювання економії та раціонального використання матеріальних ресурсів. [1, с. 16]

Важливе значення в підвищенні ефективності використання всіх видів матеріальних ресурсів має комплексна переробка сировини та залучення у виробництво вторинних ресурсів, що дозволяє заощадити природні ресурси.

Одним із шляхів раціонального використання матеріальних ресурсів є застосування науково обґрунтованих норм витрат сировини. Управління матеріальними ресурсами передбачає вирішення таких питань, як нормування витрат матеріалів і визначення потреби в них для виробничої діяльності підприємства, нормування запасів предметів постачання і витрат на їх утримання, облік і контроль матеріальних ресурсів у процесі їхнього збереження і споживання. Під нормою витрат матеріальних ресурсів розуміють гранично допустиму величину сировини, матеріалів, палива, енергії, яка може бути витрачена для випуску одиниці продукції. Таким чином, норми витрат матеріальних ресурсів регламентують величину виробничих витрат матеріалів, сировини, напівфабрикатів, палива, енергії, отже слід забезпечити удосконалення нормування.

Для забезпечення своєчасного та повного виконання заходів з раціонального використання матеріальних ресурсів необхідне вдосконалення системи економічного стимулювання працівників. Зразкове виконання трудових обов'язків, новаторство в праці та інші досягнення в роботі зумовлює необхідність у заохоченні персоналу, тому варто пам'ятати про основні методи заохочення працівників: оголошення подяки, видача премії, нагородження цінним подарунком, нагородження почесною грамотою, занесення в Книгу шани, на Дошку шани. [3]

Таким чином, ураховуючи наведені резерви та шляхи можна прийти до раціонального використання матеріальних ресурсів, що в свою чергу є одним з найважливіших чинників зростання обсягу продажів і зниження собівартості продукції, а отже, і зростання прибутку і рентабельності матеріали, використовувані при виробництві продукції, безпосередньо впливають і на якість виробленої продукції, і на ціни її реалізації.

Список використаних джерел

1. Організація матеріально-технічного забезпечення підприємства. Конспект лекцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9177/1/46.12.pdf>.

2. Рекуперація і утилізація відходів та комплексна переробка сировини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oplib.ru/random/view/450002>.

3. Система заходів заохочення працівників як засіб забезпечення трудової дисципліни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/69133/pravo/sistema_zahodiv_zahochennya_pratsivnikiv_zasib_zabezpechennya_trudovoyi_distsiplini.

СКЛАД ДОХОДІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Гуменюк К. О.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Левченко З. М., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри організації обліку і аудиту*

Згідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників) [2]. Для того, щоб детальніше охарактеризувати поняття доходу малого підприємства, варто розглянути види доходів малих підприємств за загальною класифікацією та за класифікацією відповідно до структури фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва (форма № 2-м).

В зв'язку з скороченим планом рахунків, потрібно внести додаткові субрахунки по обліку, для розмежування видів доходів та детального їх розмежування.

Загальний склад доходів малого підприємства графічно можна відобразити наступним чином (рис.1):

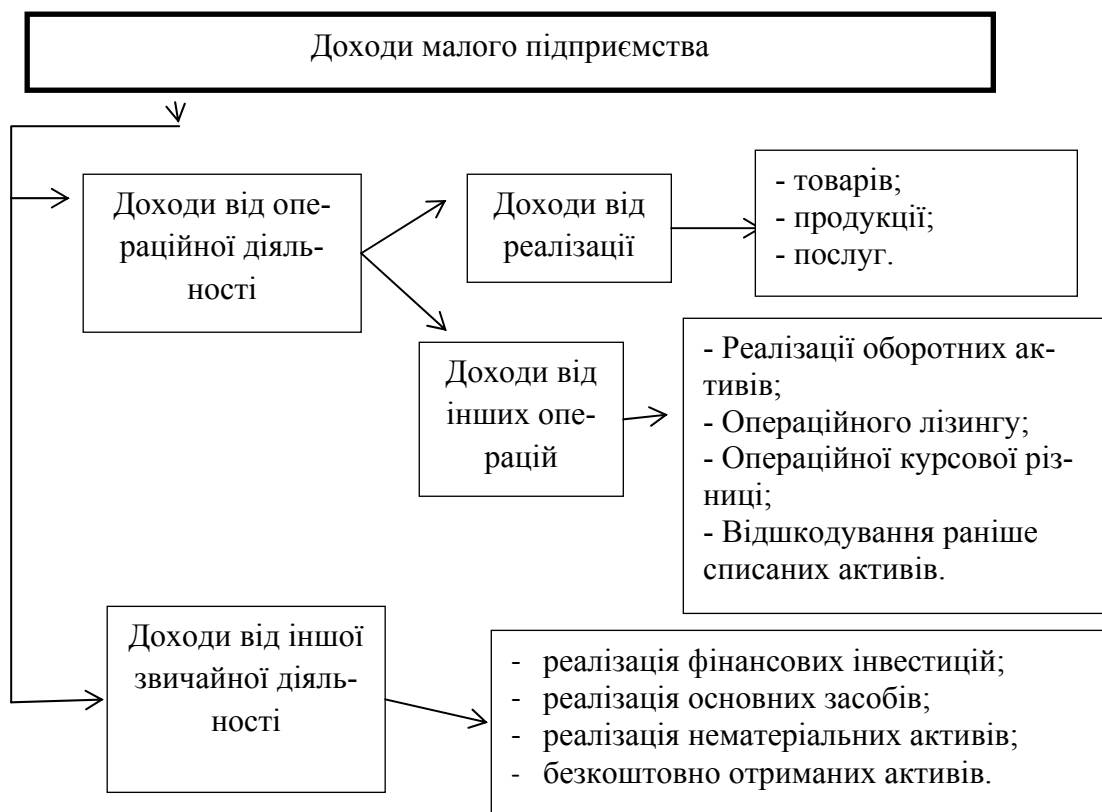


Рисунок 1. Склад доходів малого підприємства

Згідно зі структурою фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва (форма № 2-м), види доходів якого відповідають класифікації доходів за бухгалтерським обліком, розрізняють такі доходи малого підприємства:

- дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - відображає загальні надходження від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та непрямих податків (ПДВ, акцизного збору тощо);

- чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - формується як різниця між загальними надходженнями від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і непрямими податками та іншими вирахуваннями з доходу;

- інші операційні доходи - відображають суми інших доходів від операційної діяльності малого підприємства, крім доходу (виторгу) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій) тощо;

- інші звичайні доходи - охоплюють дохід від реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів і майнових комплексів; дохід від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю малого підприємства [1].

В плані рахунків бухгалтерського обліку, активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємства для обліку доходів передбачено тільки два рахунки 70 «Доходи від реалізації» та 74 «Інші доходи», пропонуємо відкривати окремі субрахунки до 74 рахунку для обліку та узагальнення інформації про суми інших доходів від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) [3].

Оскільки план рахунків у малих підприємств спрощений, то для забезпечення аналітичного обліку щодо доходів потрібно вводити додаткові субрахунки та розмежовувати інформацію за класифікаційними групами.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т. Г., Іляш О. І., Міценко Н. Г. Економіка малого підприємництва. [Навч. посіб.] / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. — К. : Знання, 2013. — 446 с.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р. - [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

3. Про затвердження спрощеного плану рахунків бухгалтерського обліку. Наказ МФУ № 186 від 19 квіт. 2001 р. - [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

АМОРТИЗАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

*Гуляга Н. О.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Тютюнник С. В., кандидат економічних наук, доцент*

Термін «амортизаційна політика підприємства» передбачає раціональний підхід до вибору методів амортизації як складових ефективного амортизаційного механізму, здатного забезпечити заданий рівень відображення амортизації у системі обліку та звітності підприємств.

Методи амортизації за відповідними групами об'єктів відображують у наказі про облікову політику підприємства. При цьому амортизаційна політика може бути реалізована у двох напрямках, таких як «бухгалтерська амортизація» – згідно вимог П(С)БО 7 або МСБО 16 та «податкова амортизація», правила якої стосуються платників податку на прибуток [2, с. 18]. Розглянемо у деталях особливості методів «бухгалтерської амортизації» відповідних об'єктів згідно П(С)БО 7 «Основні засоби» на актуальну дату дослідження – з урахуванням останніх змін, затверджених Наказом Міністерства фінансів України № 573 від 18.06.2015 р. [3].

При формуванні амортизаційної політики згідно П(С)БО 7 «Основні засоби» необхідно враховувати, що методи амортизації основних засобів та ме-

тоди амортизації інших необоротних матеріальних активів (малоцінних необоротних матеріальних активів, бібліотечних фондів, тимчасових (нетитульних) споруд, природних ресурсів, інвентарної тари, предметів прокату) відрізняються [2, с. 17].

Отже, згідно вищевказаного нормативного документа, для основних засобів визначено 5 способів нарахування амортизації:

1. Прямолінійний метод, спосіб обчислення якого полягає в тому, що річна сума амортизації визначається шляхом ділення різниці первісної (або переоціненої) та ліквідаційної вартості на строк корисного використання об'єкта основних засобів. Відповідно, місячна норма амортизації визначається шляхом ділення суми річної амортизації на 12.

2. Метод зменшення залишкової вартості, спосіб обчислення якого полягає в тому, що річна сума амортизації визначається як добуток первісної вартості на дату початку нарахування амортизації на річну норму амортизації або як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітнього року на річну норму амортизації. При цьому річна норма амортизації обчислюється у відсотках як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта з результату ділення його ліквідаційної вартості на первісну вартість.

3. Метод прискореного зменшення залишкової вартості, спосіб обчислення якого полягає в тому, що річна сума амортизації визначається як залишкова вартість об'єкта на початок звітнього року (або первісна вартість об'єкта на дату початку нарахування амортизації), помножена на дві річні норми амортизації, яка обчислюється, з урахуванням строку корисного використання об'єкта.

4. Кумулятивний метод, спосіб обчислення якого полягає в тому, що річна сума амортизації визначається шляхом множення різниці первісної (або переоціненої) та ліквідаційної вартості об'єкта на кумулятивний коефіцієнт. Відповідно, кумулятивний коефіцієнт розраховується діленням кількості років, що залишаються до кінця строку корисного використання об'єкта на суму числа років його корисного використання.

5. Виробничий метод, спосіб обчислення якого полягає в тому, що місячна сума амортизації визначається як добуток фактичного місячного обсягу продукції (робіт, послуг) на виробничу ставку амортизації. Виробнича ставка амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на загальний обсяг продукції (робіт, послуг) який підприємство очікує виробити, використовуючи амортизуємий об'єкт.

При формуванні амортизаційної політики інших необоротних матеріальних активів необхідно враховувати наступне.

Для малоцінних необоротних матеріальних активів та бібліотечних фондів за вибором підприємства можуть бути застосовані прямолінійний або виробничий метод амортизації, або списання 50% вартості, що амортизується, у першому місяці використання та решти 50% у місяці їх вилучення з активів.

Також списання можна проводити у розмірі 100% вартості об'єкта у першому місяці його використання.

Для тимчасових (нетитульних) споруд, природних ресурсів, інвентарної тари, предметів прокату) та інших необоротних матеріальних активів можливе застосування прямолінійного або виробничого методу.

Таким чином, при формуванні (перегляді) амортизаційної політики підприємства згідно вимог П(С)БО 7 «Основні засоби» необхідно: 1) уточнити перелік активів, що підлягають амортизації; 2) обрати відповідні методи амортизації, що сприятимуть відтворенню й раціональному використанню відповідних необоротних активів.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» від 1 січ. 2012 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014.

2. Морозовська Г. Амортизація основних засобів [Текст] / Г. Морозовська // Все про бухгалтерський облік. – 2016. – № 120. – С. 17-22.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

ОСНОВНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Демченко В. О.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Галінська Т. С., кандидат економічних наук, доцент*

У сучасній економічній науці є численні розробки в сфері аналізу та прогнозу діяльності неплатоспроможних підприємств, що дозволяє виявити й оцінити ознаки (критерії) ймовірності банкрутства неплатоспроможних підприємств.

1. Модель Альтмана є однією з найперших моделей аналізу ймовірності банкрутства підприємства, яка ґрунтувалася на основі дискримінантного аналізу. Аналітична «Модель Альтмана» представляє собою алгоритм інтегральної оцінки загрози банкрутства неплатоспроможного підприємства, заснований на комплексному обліку найважливіших показників, що допомагають виявити кризовий фінансовий стан підприємства.

Модель прогнозування банкрутства Альтмана має наступний вигляд:

$$Z = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,995X_5, \quad (1)$$

де X_1 – власний оборотний капітал/ всього активів;

X_2 – нерозподілений прибуток/ всього активів;

X_3 – прибуток до виплати відсотків/ всього активів;

X_4 – власний капітал/ зобов'язання;

X_5 – чистий дохід/ всього активів.

Узагальнюючий показник Z може набувати значень в межах $[-14; +22]$, при цьому підприємства, для яких $Z > 2,9$ потрапляють в число фінансово стійких, підприємства, для яких $Z < 1,23$ перебувають у загрозі настання банкрутства в найближчі 2-3 роки, а інтервал $[1,23; 2,9]$ складає зону невизначеності [2].

2. Модель М. Спрінгейта передбачає розвиток інтегрального показника, за допомогою якого здійснюється оцінка ймовірності визнання підприємства банкрутом. В процесі створення моделі з 19 фінансових коефіцієнтів, які вважалися найкращими, в остаточному варіанті залишилося тільки чотири.

В загальному модель Спрінгейта, яка має наступний вигляд:

$$Z = 1,03X_1 + 3,07X_2 + 0,66X_3 + 0,4X_4, \quad (2)$$

де X_1 – власний оборотний капітал/ всього активів;

X_2 – прибуток до виплати відсотків/ всього активів;

X_3 – прибуток до оподаткування/ поточні зобов'язання;

X_4 – чистий дохід/ всього активів.

Якщо для підприємства критерій $Z < 0,862$, то підприємство – потенційний банкрут, якщо $Z > 2,451$, то загроза банкрутства мінімальна і підприємство являється фінансово надійним.

3. Модель Ліса є більш збалансованою, вона також акцентує увагу на рівень прибутковості діяльності та рентабельність активів підприємства, а також на структуру активів та джерел їх фінансування.

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4, \quad (3)$$

де X_1 – оборотні активи/ всього активів;

X_2 – операційний прибуток/ всього активів;

X_3 – нерозподілений прибуток/ всього активів;

X_4 – власний капітал/ зобов'язання.

Основною перевагою моделі Ліса є відносна простота розрахунку, проте дана модель не пристосована до українських підприємств, оскільки розроблена для Англії. Модель Ліса створювалася з урахуванням західного розвитку.

4. Діагностика банкрутства підприємства за моделлю О. Терещенка.

Модель О. Терещенка визначається за формулою:

$$Z = 1,5X_1 + 0,08X_2 + 10X_3 + 5X_4 + 0,3X_5 + 0,1X_6, \quad (4)$$

де X_1 – відношення грошових надходжень до зобов'язань;

X_2 – відношення валюти балансу до зобов'язань;

X_3 – відношення чистого прибутку до середньорічної суми активів;

X_4 – відношення прибутку до виручки;

X_5 – відношення виробничих запасів до виручки;

X_6 – відношення виручки до основного капіталу.

На основі отриманого результату здійснюється висновок про ймовірність банкрутства підприємства: коли $Z > 2$ – банкрутство не загрожує; коли $1 < Z < 2$ – фінансова стійкість порушена; коли $0 < Z < 1$ – існує загроза банкрутства.

5. Для проведення системного експрес-аналізу фінансового стану підприємства пропонується використовувати коефіцієнт Бівера (КБ), який розраховується за формулою:

$$\text{КБ} = (\text{ЧП} - \text{НА}) : (\text{ДЗ} + \text{ПЗ}), \quad (5)$$

де ЧП – чистий прибуток;

НА – нарахована амортизація;

ДЗ – довгострокові зобов'язання;

ПЗ – поточні зобов'язання.

Коли КБ вище 0,4 – підприємству банкрутство не загрожує. Якщо протягом тривалого періоду коефіцієнт Бівера не перевищує 0,2 – це є ознакою формування незадовільної структури балансу.

Список використаних джерел

1. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Г.Г. Кірейцев. – 3-тє вид, перероб. та доп. – К. : ЦУЛ, 2004. – 531 с.

2. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2000. – 567 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Демченко Р. Г.,

Снітчук Д. В.,

*студенти 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Томілін О. О., доктор економічних наук, доцент

Кредитна політика суттєво впливає на обсяги продажу підприємства та його вхідні грошові потоки по операційній діяльності [1]. Оптимізації кредитної політики підприємства обов'язково, з нашого погляду, має передувати аналіз інвестування коштів у дебіторську заборгованість.

Динаміку величини дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги), розміру інвестицій у цю дебіторську заборгованість та середнього терміну її повернення (DSO) в СТОВ «Вітчизна» ілюструє рис. 1.

Як видно з даних рис. 1, факторами зниження у 2015 р. порівняно з 2013 р. середнього рівня інвестування фінансових ресурсів у дебіторську заборгованість СТОВ «Вітчизна» на 70 тис. грн, або 74,5 %, стало зменшення середньої величини дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги на 317 тис. грн (23,9 %) та скорочення середнього терміну повернення дебіторської заборгованості на 16 днів (59,3 %). Обрахована нами прогнозна сума оборотного капіталу, необхідна для спрямування у 2017 р. в дебіторську заборгованість, становить 75 тис. грн.

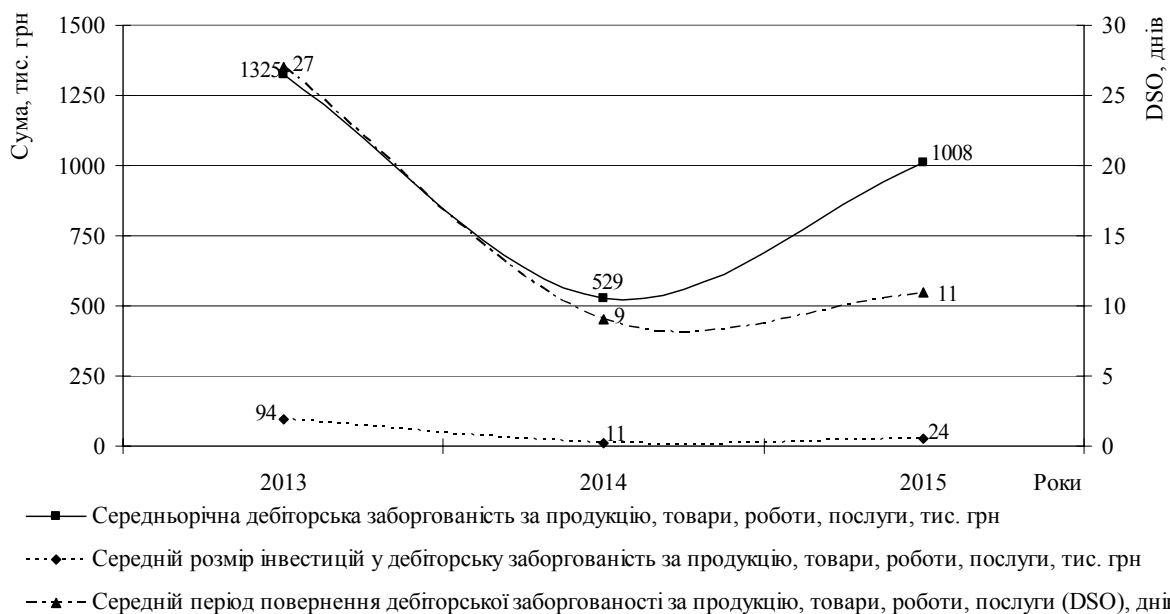


Рис. 1. Графічне зображення динаміки абсолютних і відносних показників дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги) в СТОВ «Вітчизна» за 2013–2015 рр.

Результати оцінки доцільності запровадження знижок у СТОВ «Вітчизна» для прискорення оплати його дебіторської заборгованості при реалізації зернових наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Оцінка доцільності використання знижки при реалізації зернових у СТОВ «Вітчизна» за даними 2015 р.

Показник	Нинішня політика (net 7)	Нова політика (1/3 net 7)	Зміни нової політики до нинішньої (+,-)
Чиста виручка від реалізації зернових, тис. грн	7270	8150	+880
Змінні витрати, тис. грн	5169	5795	+626
Маржинальний прибуток, тис. грн	2101	2355	+254
Середній термін погашення дебіторської заборгованості, днів	9	8	-1
Середньоденний продаж, тис. грн	19,9	22,3	+2,4
Середня величина річної дебіторської заборгованості, тис. грн	179,1	178,4	-0,7
Інвестиції в дебіторську заборгованість, тис. грн	127,3	126,8	-0,5
Вартість інвестицій в дебіторську заборгованість, тис. грн	32,0	31,9	-0,1
Витрати на знижки, тис. грн	-	17,9	+17,9
Загальні витрати пов'язані з дебіторською заборгованістю, тис. грн	32,0	49,8	+17,8
Маржинальний прибуток після вирахування витрат, пов'язаних з дебіторською заборгованістю, тис. грн	2069	2305	+236

Як свідчать розрахунки (табл. 1), надання 1-відсоткової знижки у СТОВ «Вітчизна» при реалізації зернових призведе до зростання виручки від їх продажу та маржинального прибутку після вирахування витрат, пов'язаних із дебіторською заборгованістю, на 880 і 236 тис. грн відповідно, забезпечить прискорення повернення дебіторської заборгованості на 1 день. Зазначене зумовить збільшення обсягів вхідних грошових потоків по операційній діяльності підприємства та поліпшення стану його платоспроможності.

Отже, зростанню обсягів вхідних грошових потоків по операційній діяльності підприємства сприяє оптимізація його кредитної політики, зокрема й шляхом надання знижок покупцям за швидку оплату реалізованої продукції. Прискорення погашення дебіторської заборгованості позбавляє підприємство від необхідності пошуку оборотних коштів на суму поверненої дебіторської заборгованості, а відповідно, зменшує вартість інвестицій у неї.

Список використаних джерел

1. Бланк И. А. Управление денежными потоками / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр «Эльга», 2002. – 736 с.

ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ТА ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК ОСНОВА СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

*Дуденченко В. В., Птиця Ю. М.,
здобувачі 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Зоря С. П., кандидат економічних наук, доцент*

Практика функціонування підприємств аграрного сектору економіки свідчить про важливість аналізу та моніторингу показників ділової активності та фінансової стійкості, значення яких слугує важливою базою для прийняття фінансових рішень, дає можливість різним зацікавленим сторонам отримати необхідну інформацію. Теоретична й практична значимість розв'язання проблеми оцінки та забезпечення ділової активності і фінансової стійкості в контексті забезпечення стійкого економічного зростання підприємств аграрної сфери зумовлює актуальність обраної тематики дослідження.

Проведений аналіз економічної літератури, дав можливість виокремити найбільш оптимальні на нашу думку підходи до трактування сутності досліджуваних категорій. Так, Тютюнник Ю.М визначає фінансову стійкість як здатність підприємства функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу активів і пасивів у мінливому економічному середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику [5, с. 351]. В той же час, ділова активність – це комплексна характеристика діяльності підприємства, внутрішній рівень якої відображає ефективність використання фінансово-господарських ресурсів підприємства та інтенсивність її зміни в часі, а зовнішній – зусилля під-

приємства, спрямовані на забезпечення сталого економічного зростання, досягнення лідерських позицій на ринку [4].

Ефективність ведення бізнесу істотно залежить від здатності підприємства всебічно оцінювати та проводити планування і прогнозування своїх економічних показників. У практичній діяльності підприємств не поодинокими є випадки, коли навіть добре працююче підприємство має фінансові труднощі пов'язані із нераціональністю використання фінансових ресурсів, відсутністю оптимальної структури активів та капіталу, що в результаті знаходить своє відображення у порушенні розрахункової і кредитної дисципліни, низького рівня ліквідності та платоспроможності, зниження економічної стійкості.

Визначення оптимального рівня економічної стійкості підприємств аграрного сектору економіки належить до найважливіших фінансово-економічних проблем в умовах ринкової економіки, адже низький рівень економічної стійкості може призвести до неплатоспроможності підприємства і відсутності фінансових активів для його розвитку, а занадто високий рівень перешкоджатиме розвитку, обтяжуючи витрати підприємства зайвими запасами й резервами. Враховуючи важливість вище зазначено, у табл. 1 представлено розрахунок коефіцієнта стійкості економічного зростання ТОВ «ІПК «ПОЛТАВАЗЕРНОПРОДУКТ» за 2013-2015 рр. з метою визначення основних факторів впливу.

Таблиця 1

**Динаміка показників оцінки стійкості економічного зростання
ТОВ «ІПК «ПОЛТАВАЗЕРНОПРОДУКТ», 2013-2015 рр.**

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення (+,-) 2015 р. від 2013 р.	
				абсолютне	відносне, %
Середньорічна вартість активів, тис. грн	723752,5	760410	929181	205428,5	28,4
Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн	457856	518480	692976,5	235120,5	51,4
Чистий фінансовий результат: прибуток, тис. грн	63958	138020	246710	182752	у 3,9 р. б.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	479231	749562	1272283	793052	у 2,7 р. б.
Дивіденди, тис. грн	45000	31979	0	-45000	-
Реінвестований прибуток, тис. грн	18958	106041	246710	227752	у 13,0 р. б.
Коефіцієнт стійкості економічного зростання, %	4,1	20,5	35,6	31,5	x
Частка реінвестованого прибутку	0,296	0,768	1,000	0,704	x
Рентабельність продажу, %	13,3	18,4	19,4	6,0	x
Ресурсовіддача, грн / грн	0,66	0,99	1,37	0,71	106,8
Коефіцієнт фінансової залежності	1,581	1,467	1,341	-0,240	x

У відповідності до інформації представленої у табл. 1 коефіцієнт стійкості економічного зростання досліджуваного підприємства збільшився у 2015

р. в порівнянні із 2013 р. на 31,5 %. Позитивний вплив на значення результативного показника мало зростання обсягу реінвестованого чистого прибутку, підвищення рентабельності продажу та ресурсовіддачі. В той же час, зменшення в динаміці коефіцієнта фінансової залежності негативно вплинули на тенденцію результативного показника.

Отже, забезпечення ділової активності та фінансової стійкості займає пріоритетне значення в управлінні розвитком підприємств аграрного сектору економіки, в рамках якого генерується та забезпечується синергетичний вплив операційної, фінансової та інвестиційної діяльності та відповідно створює вигідні умови для забезпечується стійкого економічного зростання в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Аранчій В. І. Інтегральні підходи до оцінювання економічної стійкості аграрних підприємств [Електронний ресурс] / В.І. Аранчій, М.О. Удовіченко. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/spec/10.pdf>

2. Ковальчук Н. О. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування / Н. О. Ковальчук, Т. В. Руснак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – С. 368–371.

3. Мешкова Н. Л. Економічна сутність ділової активності промислового підприємства / Н. Л. Мешкова // Вісник економічної науки України. – 2013. – № 1. – С. 105–108.

4. Томчук О. Ф. Аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства / О. Ф. Томчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 10. – С. 991–995.

5. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / Ю. М. Тютюнник. – К. : Знання, 2012. – 815 с.

КРИТЕРІЇ ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Єрмоленко В.М.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент**

В Україні у бухгалтерському обліку методологічною основою формування інформації про доходи є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», яке регламентує критерії визнання доходів підприємства та умови відображення їх в обліку [3].

Критеріями визнання доходів є (п. 5 П(С)БО 15 «Дохід»):

- збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства);

- оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Критерії визнання доходу застосовуються: до кожної операції окремо; до окремих елементів однієї операції або до двох чи більше операцій разом, якщо це впливає із суті такої господарської операції (операцій).

Норми П(С)БО 15 «Дохід» виходять з принципу нарахування та відповідності доходів і витрат, за яким для визначення фінансового результату слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в обліку і звітності у момент їх виникнення, незалежно від часу надходження і сплати грошових коштів [1, с. 178].

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, інших активів) визнається за наявності таких умов [2, с. 161]:

- покупцеві передані ризики і вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив);
- підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами);
- сума доходу (виручка) може бути достовірно визначена;
- є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені.

Дохід не визнається, якщо здійснюється обмін продукцією (товарами, роботами, послугами та іншими активами), які є подібними за призначенням та мають однакову справедливу вартість.

Дохід, пов'язаний з наданням послуг, визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату Балансу, якщо може бути достовірно оцінений результат цієї операції. Результат операції з надання послуг може бути достовірно оцінений за таких умов:

- можливості достовірної оцінки доходу;
- ймовірності надходження економічних вигод від надання послуг;
- можливості достовірної оцінки ступеня завершеності надання послуг на дату Балансу;
- можливості достовірної оцінки витрат, здійснених для надання послуг та необхідних для їх завершення.

Якщо послуги полягають у виконанні невизначеної кількості дій (операцій) за визначений період часу, то дохід визначається шляхом рівномірного його нарахування за цей період (крім випадків, коли інший метод краще визначає ступінь завершеності надання послуг).

Але якщо дохід (виручка) від надання послуг не може бути достовірно визначений, то він відображається в бухгалтерському обліку в розмірі визначених витрат, що підлягають відшкодуванню. Якщо дохід (виручка) від надання послуг не може бути достовірно оцінений і не існує ймовірності відшкодування понесених витрат, то дохід не визнається, а понесені витрати визнаються витратами звітного періоду. Якщо надалі сума доходу буде достовірно оцінена, то дохід визнається за такою оцінкою.

Визначений дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не коригується на величину пов'язаної з ним сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості. Сума такої заборгованості визнається витратами підприємства згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». Доходом ви-

знається сума зобов'язання, яке не підлягає погашенню.

Дохід може визнаватися у результаті використання активів підприємства іншими сторонами. Такі види доходів можуть бути у вигляді процентів, роялті та дивідендів. При цьому такі доходи визнаються, якщо: ймовірно надходження економічних вигод, пов'язаних з цією операцією; дохід може бути достовірно оцінений.

Проценти визнаються у тому звітному періоді, до якого вони належать, виходячи з бази їх нарахування та строку користування відповідними активами з урахуванням економічного змісту відповідної угоди. Роялті визнаються на основі принципу нарахування відповідно до економічного змісту певної угоди. Дивіденди визнаються у тому періоді, коли прийнято рішення про їх виплату.

Список використаних джерел

1. Верига Ю. А. Облік і звітність суб'єктів малого підприємництва [текст] : навч. посіб. / Верига Ю. А., Карпенко Є. А., Соболь Г. О., Кулявець Н. О. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 272 с.

2. Звітність підприємства : підручник / [Бондар М. І., Верига Ю. А., Орищенко М. М. та ін.]. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 570 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 860/4153 від 14 груд. 1999 р. (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА»

*Жорняк Д. В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент*

У сучасних економічних умовах діяльність підприємств, незалежно від форми власності та організаційно-правової форми господарювання, схильна до постійного ризику та загроз, що пов'язані з посиленням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на їх функціонування. Постійне підвищення ризиковості господарської діяльності може спричинити значне зниження рівня фінансового стану підприємства, а в майбутньому призвести до банкрутства, і потребує від кожного суб'єкта господарювання розробки та реалізації системи фінансово-економічної безпеки.

Фінансово-економічна безпека підприємства є досить складною системою, що включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання матеріальних, трудових, інформаційних і фінансових ресурсів.

С. М. Ілляшенко серед складових економічної безпеки виділяє фінансову складову: про послаблення фінансової безпеки, як правильно стверджує

він, свідчить зниження ліквідності, збільшення кредиторської та дебіторської заборгованостей, зниження фінансової усталеності тощо. І. О. Бланк вважає під фінансовою безпекою підприємства «кількісно і якісно детермінований рівень його фінансового стану, який забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри яких визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його сталого розвитку в поточному й перспективному періоді».

У Р. С. Папехіна фінансова безпека визначає певний стан фінансової стабільності, в якому повинно знаходитися підприємство для реалізації своєї стратегії, характеризується можливістю підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам.

М. М. Єрмошенко зазначає, що фінансова безпека – це стан фінансово-кредитної сфери держави, який характеризується збалансованістю та якістю системної сукупності фінансових інструментів.

А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський визначають фінансову безпеку як стан фінансово-кредитної сфери країни, що характеризується стійкістю до зовнішніх і внутрішніх загроз, а також здатністю забезпечувати стійкий економічний розвиток держави.

Чібісова І. В. визначає, що фінансова безпека підприємства – це складова економічної безпеки підприємства, яка полягає у наявності такого його фінансового стану, який характеризується: збалансованістю і якістю фінансових інструментів, технологій і послуг; стійкістю до загроз.

Козак Л. С., Багровецька І. В. трактують фінансову безпеку підприємства як важлива складова частина економічної безпеки, що базується на незалежності, ефективності і конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта, яка відображається через систему критеріїв і показників його фінансового стану, що характеризують збалансованість фінансів, достатню ліквідність активів і наявність необхідних резервів.

За визначенням Лаврової Ю. В. фінансова безпека підприємства є системою, що забезпечує стабільність важливих фінансових пропорцій розвитку підприємства, які формують захищеність його фінансових інтересів у балансі з фінансовими інтересами його економічних агентів. Кудрицька Ж.В. вказує, що під фінансовою безпекою підприємства слід розуміти збалансований стан його елементів та підсистем як окремої економічної системи, що можуть бути виражені кількісними чи якісними показниками та характеризується стійкістю до негативних впливів внутрішнього та зовнішнього середовища та здатністю забезпечити її ефективне функціонування, стабільність розвитку та економічного зростання.

Так, найбільш розповсюдженим є підхід, за яким автори розглядають фінансову безпеку підприємства як функціональну складову економічної безпеки підприємства, яка полягає у наявності такого його фінансового стану, який характеризується: збалансованістю і якістю фінансових інструментів,

технологій і послуг; стійкістю до загроз; здатністю підприємства забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, а також місії і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів; а також спрямованістю на ефективний і сталий розвиток.

Список використаних джерел:

1. Козак Л.С. Концептуальні та методичні засади формування механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства / Л.С. Козак, І.В.Багровецька // Економіка і управління. – 2008. – №13. – С.97-101.
 2. Мулик Я. І. Сутність поняття «фінансова безпека підприємства»: систематизація наукових поглядів / Мулик Я. І. // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. - №3 (80). - 2013. – С. 195 – 205.
 3. Пономаренко О. Е. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємств / О. Е. Пономаренко. – Економіка розвитку. – 2010. – №1 (53) – С. 77–80.
-

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У СИСТЕМІ «М.Е.ДОС»

***Журавель М. В.,
здобувач СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів***

Плаксієнко В. Я., доктор економічних наук, професор

Автоматизація бухгалтерського обліку на підприємстві не тільки сприяє автоматизації документуванню, а також забезпечує підвищення достовірності і надійності автоматизованого обліку, посилення контрольних і аналітичних функцій обліку, значне зниження працемісткості обліку тощо [1].

Для формування фінансової звітності в більшості підприємств використовується «М.Е.Дос» (www.me-doc.com.ua) – повноцінна система електронного документообігу, за допомогою якої можна працювати з документами різних типів і призначення: звітами, податковими накладними, договорами, рахунками, актами та ін [2]. Охарактеризуємо основні етапи формування та подання електронної фінансової звітності.

Модуль «Реєстр звітів» призначений для створення, збереження та обробки бухгалтерської та фінансової звітності з метою подачі до контролюючих органів телекомунікаційними засобами зв'язку. Модуль побудований у вигляді таблиці - реєстру, окремий рядок якої відображає коротку інформацію про кожний документ. Переглянути більш повну інформацію можна у окремій вкладці, яка відкривається подвійним кліком по потрібному запису [2].

«Навігаційна панель» містить розділи, що призначені для полегшення пошуку документів. При виборі певного розділу на панелі навігації, в робочій області відображаються документи, що відповідають заданим умовам фільтрації. Стан - містить фільтри, що відповідають етапам роботи з документами,

наприклад, таким як: «Нові», «Вірні», «Помилкові» тощо. Одержувач - містить фільтри, що відповідають назвам звітних органів, відображають документи за призначенням відповідно, наприклад, «Податкова інспекція», «Пенсійний фонд».

«Записи реєстру» містить безпосередньо записи реєстру звітності: відображає створені або імпортовані документи у заданому звітному періоді, тобто звіти, з якими безпосередньо ведеться робота [2].

Для створення нового документу, користуються кнопкою «Створити» на панелі інструментів, для видалення помилкового запису – «Видалити», для редагування існуючого запису – «Відкрити». Додаткова інформація, властивості створеного документу, а також варіанти дій з документом певного статусу міститься на панелі вкладок документу. Перед початком створення звіту обирають період, в якому потрібно його створити.

За замовчанням встановлено поточний період. Для створення нового документу на панелі інструментів натискають кнопку «Створити». Відкриється вікно «Створення звіту».

Створений звіт відкриється у окремій вкладці. Бланк звіту після відкриття автоматично заповнюється даними із картки установи та іншою наведеною в «М.Е.Doc-Online» інформацією. Вносять дані в поля, які потребують заповнення із клавіатури. Після заповнення документу його необхідно перевірити. Перевіряється правильність заповнення полів. Для цього на панелі вкладок документу обираємо вкладку «Наступні дії» та оберіть команду «Перевірити звіт».

Для накладання цифрового підпису із документу, на панелі вкладок документу, у закладці «Наступні дії» обирають опцію «Передати звіт на підпис». Відкриється вікно «Підпис», тип підпису «Бухгалтер». Введіть пароль секретного ключа відповідної посадової особи у відповідне поле форми. Згідно з налаштованим комплектом підписів наступним кроком потрібно підписати документ сертифікатом Директора та Печаткою установи. Процедура підписання сертифікатом з типом «Директор» та печаткою аналогічна описаній вище. Після того, як документ був підписаний згідно з налаштованим комплектом підписів, на панелі вкладок документу стає доступною опція «Подати у контролюючий орган».

Як тільки в контролюючих органах був прийнятий звіт, генерується «Повідомлення про прийом документу» та «Квитанція з результатами обробки звіту», які надсилаються відправникові. Повідомлення та квитанція надходять як звичайна вхідна кореспонденція. Для цього потрібно натиснути кнопку на панелі інструментів. При наявності відповідей «М.Е.Doc-Online» повідомить про це.

Файли Повідомлення та Квитанції прикріплюються до документу, що відправлявся. Вміст прийнятих «Повідомлення» та «Квитанції» можна переглянути на панелі вкладок документу у вкладці «Протокол», де з'являються записи «Повідомлення» та «Квитанція №1» відповідно [2].

Для бухгалтера, найголовніші переваги подання звітності через Інтернет

- це: цілодобовий доступ - 24 години на добу мати можливість надсилати документи в різні контролюючі органи, не залишаючи свого робочого місця; швидкість - у будь-яку податкову інспекцію можна надіслати електронний звіт за 5 хвилин; захищеність - безпека документообігу, яка гарантує захист електронної звітності від несанкціонованого доступу.

Список використаних джерел

1. Олексюк Х. Особливості складання автоматизованої звітності підприємства [Електронний ресурс] / Х. Олексюк, Ж. С. Труфіна // IV Всеукраїнська студентська Інтернет-конференція «Адаптація обліку, аналізу та аудиту до економічних змін» - Режим доступу : <http://www.chtei-knteu.cv.ua/REU2013/viewtopic.php?f=4&t=41>.

2. Посібник користувача «М.Е.Doc-Online» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://online.me-doc.com.ua/Content/manuals/help.pdf>.

НЕДОЛІКИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА БАНКУ – ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

**Засенко В. В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент**

Одним із шляхів розвитку підприємства є залучення позикових коштів. При наданні кредитів будь-який банк стикається з необхідністю оцінки кредитоспроможності позичальника. Ця процедура є обов'язковою, адже від її результатів залежить ефективність як окремої кредитної угоди, так і кредитної діяльності банку в цілому. Адекватна оцінка кредитоспроможності позичальника є однією з найважливіших умов успішної кредитної діяльності банку.

На сьогоднішній день у банківській практиці існує велика кількість підходів до оцінки кредитоспроможності позичальника юридичної особи.

Серед найбільш розповсюджених методів оцінки кредитоспроможності виділяють коефіцієнтний аналіз та статистичні методи [2].

Серед основних коефіцієнтів, що використовуються при аналізі кредитоспроможності можна виділити наступні: фінансової стійкості, коефіцієнти ліквідності, рентабельності, ділової активності та показники грошового потоку підприємства.

Коефіцієнтний аналіз дуже простий у використанні, як правило не потребує спеціального інформаційного забезпечення. Однак даний метод оцінки кредитоспроможності має ряд недоліків: коефіцієнти не в повній мірі характеризують кредитоспроможність підприємства, так як не можна віддавати перевагу одному з розрахованих показників; розраховані показники відображають лише сучасний стан, не враховуючи при цьому динамічні зміни, що підвищує ризик при кредитуванні; на основі окремих значень коефіцієнтів дуже важко зробити однозначний висновок про кредитоспроможність та ви-

вести інтегрований показник, так як одні показники можуть знаходитись у критичній зоні, а інші бути цілком задовільними.

До статистичних методів оцінки належать бально-рейтингові системи оцінки і моделі прогнозування банкрутств, що базуються на множинному дискримінантному аналізі.

Даний метод оцінки кредитоспроможності на разі запропонований Національним банком України в Положенні «Про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» від 25. 01. 2012 № 23. Положенням передбачено 18 моделей розрахунку інтегрального показника у розрізі позичальників, які належать до суб'єктів малого бізнесу та до великих і середніх підприємств. Залежно від значення отриманого показника визначається клас [3]. Точність класифікації фірм за ймовірністю банкрутства становить близько 90 %, що є безперечним плюсом використання статистичних моделей.

Бально-рейтингові системи оцінки створюють банки за допомогою емпіричного підходу, шляхом використання факторного аналізу. Ці системи основані на історичних даних про банківські позики з низьким, помірним та високим ступенем ризику.

Для того щоб визначити клас позичальника необхідно лише розрахувати певний набір фінансових коефіцієнтів та зважити їх. Дану методику використовують більшість українських банків.

До основних недоліків статистичних моделей можна віднести переоцінку ролі кількісних чинників і недооцінку якісних факторів, не контрольованість вибору системи базових кількісних показників, висока чутливість до викривлення (недостовірності) вихідних даних (зокрема фінансової звітності, що найбільш характерно саме для українських підприємств-позичальників), порівняна громіздкість, вплив на факт визнання фірми банкрутом багатьох чинників, що не піддаються обліку [1].

На сьогоднішній день існує велика кількість методик оцінки кредитоспроможності, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Вибір конкретної методики залежить від рівня економічної та політичної стабільності в державі, можливостей самого банку, його кредитної політики, пріоритетів у роботі та безпосередньо від сегментів з якими ведеться співпраця.

Список використаних джерел:

1. Андреев А. В. Методика визначення внутрішнього кредитного рейтингу контрагентів за кредитними операціями банку // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Збірник наукових праць / А. В. Андреев, Н. А. Дехтяр, Г. І. Андреева – Т. 17. – Суми: УАБС НБУ, – 2006. – С. 104 – 120.

2. Бордюг В. В. Теоретичні основи оцінки кредитоспроможності позичальника банку / В. В. Бордюг // Вісник університету банківської справи національного банку України. – 2008, – С.112 – 115.

3. Положення «Про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» : Постановою Правління Національного банку України від 25.01.2012 р. № 23 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12>.

ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАЛИШКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Зверєва А. О.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Собчишин В. М., кандидат економічних наук*

Основною метою фінансового менеджменту у процесі управління грошовими активами І. Бланк визначає забезпечення постійної платоспроможності підприємства та пов'язує залишок його грошових коштів із готовністю негайно розрахуватися за своїми невідкладними фінансовими зобов'язаннями, розміром оборотного капіталу та потенціалом здійснення короткострокових фінансових інвестицій [1, с. 206–208].

На думку І. Бланка, етапами формування політики управління залишками грошових коштів на підприємстві є такі: аналіз залишків грошових коштів в попередньому періоді; оптимізація середнього залишку грошових активів; диференціація середнього залишку грошових коштів; вибір ефективних форм регулювання середнього залишку грошових активів; забезпечення рентабельного використання тимчасово вільного залишку грошових коштів; побудова ефективних систем контролю за грошовими активами підприємства [1, с. 209].

Згідно з першим етапом формування політики управління грошовими коштами необхідно проаналізувати грошові активи підприємства у попередніх періодах. Так, залишок грошових коштів у ТОВ ІПК «Полтавазернопродукт» станом на кінець 2015 р. порівняно з кінцем 2013 р. збільшився на 2092 тис. грн, або у 18,3 разу, що обумовило збільшення їх питомої ваги у структурі сукупних активів підприємства з майже нульового рівня до 0,2 %. Однак таке зростання не було достатнім для забезпечення нормативного рівня коефіцієнта абсолютної ліквідності, хоча й, відповідно до результатів обчислення іншого показника – поточної платіжної готовності, можна говорити про задовільний рівень поточної платіжної готовності підприємства станом на кінець 2013–2015 рр. через перевищення дебіторською заборгованістю кредиторської.

Наступним і, з нашого погляду, основним етапом управління грошовими активами підприємства є оптимізація їх середнього залишку, зокрема за моделлю Баумоля, яка ґрунтується на стабільних грошових витратах підприємства, що циклічно повторюються в часі, та мінімізації витрат по обслуговуванню однієї операції поповнення грошових засобів і рівня втрат альтернативних доходів при формуванні певного залишку грошових коштів [2, с. 76]. Результати розрахунку максимального і середнього розміру залишку грошових засобів за моделлю Баумоля для ТОВ ІПК «Полтавазернопродукт» на 2015–2017 рр. наведені у табл. 1

**Розрахунок оптимального залишку грошових коштів
для ТОВ ІПК «Полтавазернопродукт» за моделлю Баумоля
на 2013–2017 рр., тис. грн**

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Планові значення на 2017 р.
Витрати на обслуговування однієї операції поповнення грошових активів, грн	18	23	24	27
Обсяг грошового обороту, скоригований на дебіторську заборгованість	313372	577538	1134174	2158900
Середня ставка відсотка по короткострокових депозитних вкладах, %	17,2	19,6	20,4	19,2
Оптимальний розмір максимального залишку грошових коштів	8099	11642	16336	24641
Оптимальний розмір середнього залишку грошових коштів	4050	5821	8168	12321
Фактичний середньорічний залишок грошових коштів	3546	560	1606	х
Оптимальний розмір максимального залишку грошових коштів у відсотках до фактичного середньорічного залишку грошових коштів	228,4	2078,9	1017,2	х

Слід зауважити, що оптимальний розмір максимального залишку грошових коштів, розрахований за моделлю Баумоля для ТОВ ІПК «Полтавазернопродукт», значно більший за фактичні середньорічні залишки грошових коштів підприємства у 2013–2015 рр. (по роках: в 2,3; 20,8 та 10,2 разу відповідно). Беручи до уваги низьку забезпеченість товариства високоліквідними активами, формування залишків грошових коштів в оптимальних згідно з моделлю Баумоля розмірах забезпечило б ТОВ ІПК «Полтавазернопродукт» поліпшення коефіцієнта абсолютної ліквідності.

Отже, оптимізація залишків грошових активів сприяє забезпеченню платоспроможності підприємства. Проведені розрахунки засвідчують доцільність використання моделі Баумоля для визначення оптимального залишку грошових коштів підприємства. Відповідно до умов моделі Баумоля, залишок коштів коливається від максимального (у момент його поповнення з депозитного рахунку, шляхом залучення банківських кредитів та з інших джерел) до мінімального (рівного нулю) значення.

Список використаних джерел

1. Бланк І. А. Финансовый менеджмент : учеб. курс. – 2-е изд., перераб. и доп. / І. А. Бланк. – К. : Эльга ; Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Завора Т. М. Теоретичні основи аналізу та оптимізації грошових потоків підприємства / Т. М. Завора, О. С. Берест // Економіка і регіон. – 2014. – № 4. – С. 74–79.

СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Зінченко В. С.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Галінська Т. С., кандидат економічних наук, доцент

Ефективність діяльності суб'єкта підприємництва значною мірою залежить від рівня розвитку та вдосконалення системи управління капіталом. Управління капіталом підприємства пов'язане із прийняттям управлінських рішень, оскільки його величина та динаміка є важливими критеріями при встановленні їх оптимальності. Капітал завжди є необхідним атрибутом діяльності – від моменту створення підприємства до його ліквідації або реорганізації, а тому важливою характеристикою будь-якого підприємства є ефективність його управлінської системи.

Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства в якості об'єкта управління, слід в першу чергу відзначити наступні його характеристики:

- капітал підприємства у своїй речовинній формі є основними фактором виробництва;
- капітал існує також у формі фінансових (грошових) ресурсів підприємства, які приносять дохід;
- капітал є головним джерелом формування заможності його власників;
- капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості;
- динаміка капіталу підприємства є найважливішим чинником, що визначає рівень ефективності його господарської діяльності.

Капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості, що залежить як від об'єктивних чинників (масштабу цін в економіці країни і ряду макроекономічних показників), так і суб'єктивних чинників (наприклад, найпростішого – облікової політики підприємства); індикатором виступає, насамперед, власний капітал підприємства, що визначає обсяг його чистих активів. Простіше кажучи, управління капіталом – це вплив суб'єкта ринку (тобто підприємства) на об'єкт управління (тобто капітал) з метою ефективного та оптимального використання цього об'єкта для ведення господарської діяльності суб'єкта [2].

Управління капіталом підприємства скероване на вирішення таких основних завдань:

1. Формування достатнього обсягу капіталу, що забезпечить необхідні темпи економічного розвитку підприємства.
2. Оптимізація розподілу сформованого капіталу за видами діяльності та напрямками використання.
3. Забезпечення умов досягнення максимальної доходності капіталу при запланованому рівні фінансового ризику.
4. Забезпечення мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з викорис-

танням капіталу, при запланованому рівні його доходності.

5. Забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства у процесі його розвитку.

6. Забезпечення достатнього рівня фінансового контролю над підприємством з боку його засновників.

7. Забезпечення достатньої фінансової гнучкості підприємства.

8. Оптимізація обігу капіталу.

9. Забезпечення своєчасного реінвестування капіталу.

Налагоджений механізм управління капіталом передбачає:

- чітку постановку цілей і завдань управління капіталом, а також контроль за їх дотриманням у плановому періоді;

- удосконалення методики визначення й аналізу ефективності використання усіх видів капіталу;

- розроблення напрямків оптимізації процесу управління капіталом, а також їхнього аналізу і запровадження;

- розроблення методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами;

- розроблення загальної стратегії управління капіталом;

- використання у процесі управління економічних методів і моделей, зокрема під час аналізу і планування; орієнтацію на використання внутрішніх важелів впливу на процес управління капіталом [3].

В умовах ринкової економіки в Україні процеси, що пов'язані з вдосконаленням системи управління капіталом підприємства, зокрема його формування та використання, набувають особливого значення, оскільки створення та розвиток необхідної фінансової ресурсної бази є важливою умовою сталого економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Дуда С. Т. Теоретичні аспекти щодо визначення поняття «капітал підприємства» [Електронний ресурс] / С. Т. Дуда, Т. І. Павук // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник наукових-технічних праць. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 217-221. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/22_8/217_Dud.pdf.

2. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – [3-тє вид., випр. і доп.] – К. : Знання, 2008. – 483 с. – (Вища освіта XXI століття).

3. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент : підручник / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 520 с.

СТАТИЧНИЙ І ДИНАМІЧНИЙ ПІДХОДИ У ХАРАКТЕРИСТИЦІ ГРОШОВИХ КОШТІВ

*Ігнашкіна О.А.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент*

Основною причиною неплатоспроможності підприємств є низька забезпеченість високоліквідними активами, тобто грошовими коштами. Стійкий фінансовий стан суб'єктів господарювання можливий за умови ефективного контролю за рухом грошових коштів і поліпшення управління грошовими потоками [2, с. 220].

Грошові потоки – це сукупність розподілених у часі надходжень і витрачання грошей, які генеруються господарською діяльністю підприємства [3, с. 217].

Будь-який бізнес-процес починається з наявності грошей, які перетворюються на ресурси для виробництва. Потім із виробничої форми оборотний капітал перетворюється на товарну форму, а на стадії реалізації на грошову.

Відповідно до НП(С)БО 1 рух грошових коштів – надходження і вибуття грошей та їх еквівалентів. Грошові кошти – готівка, кошти на рахунках у банках та депозитні запитання [1]. Еквіваленти грошових коштів – короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошей і які характеризуються незначним ризиком зміни вартості. Такими еквівалентами є високоліквідні інвестиції в цінні папери на строк, що не перевищує двох місяців.

Грошові кошти є складною і багатоплановою економічною категорією, адже використовуються як засіб платежу і заощадження, є ресурсом і результатом діяльності підприємства, зумовлюють його поточний і майбутній фінансовий стан.

У характеристиці грошових коштів використовують статичний і динамічний підходи. Статичний підхід визначає їх як наявний залишок грошей, що перебувають у розпорядженні підприємства на певну дату. Суттєвим недоліком статичного підходу є неврахування фактора часу, що не дає можливості аналітику об'єктивно оцінити платоспроможність підприємства, етапи процесу управління грошовими коштами як наймобільнішою частиною активів. Це зумовило поширення динамічного підходу до характеристики грошових коштів, який ґрунтується на понятті грошового потоку.

Між статистичним і динамічним підходами до характеристики грошових коштів, які має у розпорядженні підприємство, є діалектична взаємозалежність (рис. 1).

Сутнісна характеристика грошових потоків як об'єкта фінансового управління господарською діяльністю підприємства виділяється на основі узагальненого визначення фінансів підприємства.

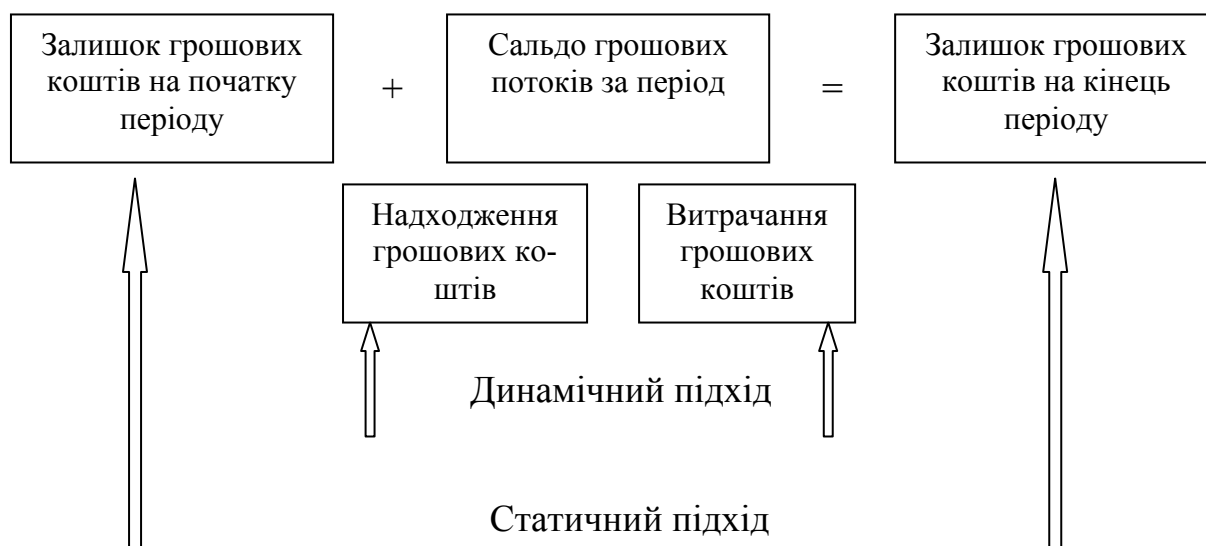


Рис. 1. Взаємозв'язок статичного і динамічного підходів до характеристики грошових коштів

Грошовий потік, будучи результатом складних економічних відносин, має властивість формування нових і зміни існуючих економічних взаємозв'язків підприємства. Тому відображаючи основну функцію фінансового менеджменту, грошовий потік набуває основної уваги не лише фінансової служби, але й керівництва підприємства і відображає характеристику одного з головних об'єктів фінансового менеджменту.

Отже, важливість вивчення грошових потоків обумовлюється тим, що вони обслуговують господарську діяльність підприємства в усіх її напрямках і від якісного управління ними залежить подальший розвиток підприємства та кінцевий результат його функціонування у ринковому економічному середовищі.

Список використаних джерел

1. НП (С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р., зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Тютюнник Ю. М., Дорогань – Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. – Полтава : ПДАА, 2016. – 432 с.
3. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : [навчальний посібник] ; частина I / Ю. М. Тютюнник ; 2-ге вид., перероб. ідоп. – Полтава : РВВ ПДАА, 2014. – 358 с.

АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ ТА ВИВЧЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПОКАЗНИКИ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

*Карабаза А. А.,
студент 2 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Кононенко Ж. А., кандидат економічних наук., доцент*

Суспільно-економічні явища і процеси перебувають у взаємозалежності та взаємозумовленості. Тому значна частина статистичних показників взаємопов'язані. Для вивчення взаємозв'язків між показниками досліджуваної сукупності застосуємо метод аналітичного групування.

Ведення статистичних даних, як правило, не обмежується простим підрахунком загальних підсумків по досліджуваній сукупності. Найчастіше вихідна інформація на цій стадії статистичного дослідження впорядковується, систематизується, ділиться на групи за суттєвими ознаками. Це досягається за допомогою статистичних групувань – основного і вирішального моменту зведення. [1]

Статистичне групування – являє собою розподіл сукупності масових суспільних явищ на однорідні типові групи за суттєвими для них ознаками з метою всебічної характеристики їх стану, розвитку і взаємозв'язків. Наприклад, групування промислових підприємств за формами власності, групування населення за статтю, віком, групування комерційних банків за сумою активів балансу тощо.

Значення і необхідність групувань впливають з самого предмету статистики. В кожному складному масовому суспільному явищі є якісно відмінні групи, є відмираюче старе і народжуване нове, яке треба виділити і вивчити. Наприклад, у сільському господарстві сформувались різні соціальні типи господарств: приватні і державні сільськогосподарські підприємства, кооперативи, підсобні господарства підприємств і населення та ін. Кожному з цих типів притаманні характерні риси і закономірності. Тому при групуванні не можна змішувати різні типи господарств, а виділяти їх якісно однорідні групи. Чим досконаліше статистика виділить такі групи, тим повніше вона їх охарактеризує, тим глибше розкриє суть процесів, що відбуваються, направлення і темпи їх розвитку і т.д. [2]

Найбільш відповідальним моментом групування є відбір ознак, які дозволять відокремити один від одного дійсно суттєво відмінні групи одиниць. Кожна одиниця спостереження володіє багатьма ознаками. Одні з цих ознак виражають суть, найбільш характерне у даному явищі, інші – другорядне, поверхневе, нетипове.

Метод статистичних групувань, який є одним з найбільш ефективних методів обробки масових даних, відкриває широкі можливості для вивчення взаємозв'язків між явищами, виявлення об'єктивних закономірностей дослі-

джуваних явищ і процесів, встановлення на певному етапі переходу кількісних змін у якісні. Побудувавши групування досліджуваних об'єктів за будь-якою суттєвою ознакою і охарактеризувавши виділені групи різними показниками, можна прослідкувати залежність між ознаками, що покладені в основу групування, і вибраними показниками. [3]

Проведемо аналітичне групування за факторною ознакою – продуктивністю праці, яка впливає на результативні показники статистичного вивчення наявності, руху та використання трудових ресурсів. Для цього сформуємо допоміжну групувальну таблицю, де вказані основні економічні показники по господарствах. Оскільки сукупність господарств складає 40 господарств, то ми поділимо сукупність на три групи 25%, 50 %, 25 %. Аналітичне групування здійснено по сукупності 40 господарств за продуктивністю праці.

У першій сукупності – 10 господарств із середнім рівнем продуктивності праці – 7697,63 грн/ос. Розраховані показники ефективності мають найменші значення, зокрема, вартість валової продукції 2857,29 тис. грн, прибуток 583,68 тис. грн, рівень рентабельності 21,9%, при цьому середня кількість працюючих у сукупності є найвищою – 376 осіб та витрати на їх оплату 1285,1 тис. грн. Тобто, при найбільших витратах праці продуктивність праці є найменшою, що є негативним результатом.

Друга сукупність представлена 50% сукупності – 20 господарствами. При середньому рівні працюючих 302 особи, продуктивність праці склала 12900 грн/ос, витрати на оплату праці 1033,36 тис. грн, прибуток має середнє значення по сукупності господарств – 716,58 тис. грн, рівень рентабельності 20,1%.

Найкращі результативні показники представлено по групі 3 із сукупністю господарств – 10. При найменшій кількості працюючих – 170 осіб спостерігається найвищі показники продуктивності праці – 22455,9 грн/осіб, витрати на оплату праці – 581,94 тис. грн, вартість валової продукції – 3802,93 тис. грн. Прибуток господарств по сукупності склав 776,74 тис. грн, рівень рентабельності 21,7%.

Доцільно відмітити, що середньорічна заробітна плата по усіх сукупностях є майже однаковою, тобто у III сукупності, працюю трудових ресурсів використовують найбільш ефективно, оскільки при найменшій кількості працюючих отримано найвищі показники виробництва.

Список використаних джерел

1. Горкавий В. К. Статистика: Навчальний посібник / В. К. Горкавий. – К. : Алерта, 2012. – 608 с.
 2. Лугінін О. Є. Статистика: Підручник. / Лугінін О. Є., Білоусова С. В. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 580 с.
 3. Опря А. Т. Статистика : [навч. посібник] / А. Т. Опря. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 447 с.
-

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Кісіль В.О.,
студент 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Чумак В. Д., кандидат економічних наук, доцент*

В умовах ринкового господарювання без визначення фінансових можливостей та перспектив забезпечення сталого фінансового стану підприємство не може досягти стабільного економічного розвитку. Тому однією з найважливіших проблем на підприємствах є недостатня ефективність та організація управління фінансовими ресурсами, що, в першу чергу, пов'язано з недостатнім розвитком та впровадженням фінансового планування.

Суттєвий внесок у з'ясування проблем фінансового планування на підприємствах внесли такі вчені-економісти: І. Т. Балабанов, О. Г. Біла, М. Д. Білик, І. А. Бланк, О. О. Терещенко, А. М. Поддєрьогін, В. М. Нелеп, О. О. Орлов, А. Г. Загородній та інші. Серйозний підхід до планування створює основу для стійкої та ефективної роботи підприємства. Таким чином, метою дослідження даної теми є виявлення основних проблем фінансового планування в сучасних умовах господарювання та шляхів їх вирішення.

У плановій економіці існувала система загальнодержавного централізованого планування, що пронизувала від верху до низу діяльність усіх суб'єктів управління і господарських органів та жорстко регламентувала всі аспекти життєдіяльності людини, колективу і суспільства [2, с. 33]. Оскільки в сучасних умовах кожне підприємство, незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, має керуватися у своїй діяльності принципами самоокупності та самофінансування, обґрунтованість формування фінансових планів та ефективність використання фінансових ресурсів стає все більш актуальною проблемою.

Проблеми, пов'язані з організацією системи фінансового планування на сучасних українських підприємствах, можна згрупувати за ступенем важливості в наступній послідовності: нереальність фінансових планів; відсутність оперативного складання планів; непрозорість планів для керівництва; відрив довгострокових планів від короткострокових; нереалізація планів; недостатня комплексність фінансових планів.

Як переконає вітчизняний досвід, майже третина проблем пов'язана з нереальністю фінансових планів, що викликано, як правило: необґрунтованими даними щодо реалізації продукції; значної питомої ваги коштів у розрахунках; заниженими термінами погашення дебіторської заборгованості; надмірними потребами у фінансуванні.

Іншою проблемою фінансового планування є відсутність оперативного складання планів. Економічні служби й досі готують значну кількість непридатних для фінансового аналізу документів, а існування нечіткої системи під-

готовки і передачі планової інформації з відділу до відділу, недостовірність інформації призводять до того, що навіть добре опрацьований план стає непотрібним, бо спізнюється до планового терміну.

На думку Л. Ф. Жовновач дві попередні проблеми неминуче викликають третю – «непрозорість» планів для керівництва [1, с. 21]. Це природний наслідок відсутності чітких внутрішніх стандартів формування фінансових планів. Досить важливо, щоб розробники фінансових планів брали участь у прийнятті його кінцевого варіанту. Порушення послідовності операцій планування може призвести до відриву довгострокових фінансових планів від короткострокових. Останні складаються за своїми законами і потребують розділу дефіцитних оборотних коштів підприємства за напрямками і проектами. Звичайно, є підприємства, де ця проблема певною мірою вирішена, але для більшості суб'єктів господарювання вона й надалі залишається актуальною.

Сьогодні існує ще дві проблеми – нереалізація планів та їх недостатня комплексність. Під реалізацією планів розуміємо ступінь їх виконання з точки зору забезпечення необхідними фінансовими і матеріальними ресурсами, відсутність дефіцитів. Комплексність планів означає, що крім фінансових розділів плану за доходами і витратами, необхідні також реальні плани за прибутками та збитками, рухом заборгованості, плановим балансом. Усі ці плани повинні складатися у формі, зручній для керівників. На нашу думку, доцільно використовувати інструменти факторного аналізу, щоб оцінити можливі варіанти розвитку подій при зміні ключових планових показників. Адаже досить часто на підприємствах не формується плановий баланс і не аналізується його структура, не прогнозується динаміка зміни ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості.

Таким чином, дослідження проблем фінансового планування свідчить про те, що лише створення надійної і гнучкої системи управління фінансами, спрямованої на вирішення питань бюджетної, кредитної та інвестиційної політики дасть змогу підприємствам суттєво підвищити ефективність своєї діяльності. В теперішній час, не дивлячись на велику кількість інформації по фінансовому плануванню і збільшення кількості кваліфікованих спеціалістів, система планування на українських підприємствах не позбавлена ряду серйозних проблем та недоліків. Такі проблеми як: нереальність фінансових планів, відсутність оперативного складання планів, непрозорість планів для керівництва, недостатня їх комплексність та інші потребують негайного вирішення, оскільки розв'язання наведених проблем створить умови для розвитку й ефективного функціонування бізнесу.

Список використаних джерел

1. Жовновач Л. Ф. Планування діяльності підприємства / Жовновач Л. Ф. // Фінанси України. – 2014. – № 1. – С. 21–27.
 2. Квасницька Р. С. Концептуальні підходи до визначення поняття «бюджет підприємства» / Р. С. Квасницька, С. О. Джерелейко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 1. – С. 30–33.
-

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР

*Козик Н. О.,
студентка СВО «Магістр»
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Левченко З.М., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри організації обліку і аудиту*

Сільськогосподарське виробництво є основним процесом господарської діяльності аграрного підприємства, що являє собою, з одного боку, процес виробничого споживання засобів, предметів праці та самої праці, а з іншого – одержання готової сільськогосподарської продукції. Облік витрат виробництва та виходу продукції на сільськогосподарських підприємствах є однією з найбільш складних, відповідальних і трудомістких ланок облікової роботи. Сприяти його удосконаленню буде обґрунтована побудова на основі чіткого виконання вимог законодавчих і нормативно-правових актів, П(С)БО, у поєднанні із постійним внутрішнім контролем.

Витрати на виробництво – сукупність витрат живої праці та праці, уречевленої в засобах виробництва, на всіх стадіях створення продукції.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства на виробництво визначаються в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. [1]. Та Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», який містить загальні положення їх визнання, складу, методологію та відображення в бухгалтерській звітності [2]. В «Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств» зазначається, що витрати виробництва продукції створюють виробничу собівартість продукції (робіт, послуг) і у виробничій сфері до таких витрат належать усі витрати, пов'язані з функцією виробництва продукції [3].

Синтетичний облік витрат та виходу продукції рослинництва ведуть на рахунок 23 «Виробництво». План рахунків та Інструкція щодо його використання не регламентують субрахунки до синтетичного рахунку 23. Як правило, до нього відкривають субрахунок 231 «Рослинництво». Але підприємство може обрати інший номер субрахунку спираючись на пріоритет галузі, якщо частка в доходах підприємства від реалізації рослинницької продукції менша, ніж тваринницької. Тому для вибору номера субрахунку доцільно здійснювати аналіз на підставі пріоритетного виробничого сегмента в сільському господарстві.

Для аналітичного обліку витрат виробництва конкретних культур, зокрема, технічних, рекомендуємо розробляти Робочий план рахунків з можливістю зазначення в ньому аналітичного рахунку з формуванням чотиризнач-

ного номеру. Наприклад, 2312 - Виробництво соняшнику; 2313 – Виробництво сої.

Готову продукцію оприбутковують з кредиту 23 в кореспонденції з рахунком 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Його використовують для обліку наявності та руху сільськогосподарської продукції, яка призначена для продажу на сторону, невиробничого споживання, виробничих цілей, побічної продукції. Рекомендуємо відкривати на синтетичному рахунку 27 субрахунки другого порядку за видами продукції: основна, супутня, побічна з присвоєнням їм номерів 1, 2, 3. Для організації аналітичного обліку продукції технічних культур пропонуємо присвоювати їм номери в робочому плані рахунків четвертим знаком: 2712 – Зерно соняшнику; 2732 – стебла соняшнику; 2713 – Зерно сої; 2733 – солома та лушпиння сої.

Сільськогосподарську продукцію та додаткові біологічні активи під час їх первісного визнання оцінюють за справедливою вартістю, зменшеною на очікуванні витрати на місці продажу.

Для визначення собівартості одиниці продукції необхідно:

- визначити затрати, що відносять на продукцію;
- визначити кількість основної, супутньої і побічної продукції.

Собівартість стебел соняшнику, лушпиння сої та іншої продукції рослинництва визначається із розрахунково-нормативних витрат на збирання, транспортування, пресування, скиртування та інші роботи, пов'язані із заготівлею побічної продукції. Собівартість 1 ц насіння соняшника визначається шляхом ділення загальної суми витрат по вирощуванню та збиранню продукції цієї культури за виключенням вартості соняшничиння та кошиків в оцінці за нормативно-розрахунковими цінами, на фізичну вагу насіння після його доробки.

Організація обліку витрат виробництва технічних культур з використанням наших пропозицій дозволить вести його і калькулювати собівартість точно та своєчасно. Собівартість продукції є важливим узагальнюючим показником, який характеризує ефективність роботи підприємства. В ній відображаються всі сторони виробничо-господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XVI від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» № 318 від 31 груд. 1990 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.kiev.ua>.

3. Методичні рекомендації з планування обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 трав. 2001 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.

ЕВОЛЮЦІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ОСНОВНІ ЗАСОБИ»

*Коліщак І. М., Маслівець А. О.,
студенти 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Краснікова О. М., кандидат економічних наук, доцент

Сучасний етап переходу економіки до ринкових відносин характеризується відповідними механізмами та процесами, змінами у структурі та формах власності, організації й управлінні виробництвом, розподілі та споживанні. Усе це зумовлює постановку та розв'язання проблеми розвитку механізму господарювання саме на рівні підприємства. Україна має великий економічний потенціал і ефективність її господарства залежить від того, як використовується цей потенціал і основні засоби зокрема. Роль основних засобів у процесі виробництва, особливості їх відтворення в умовах ринкової економіки обумовлюють особливі вимоги до інформації про наявність, рух, стан і використання основних засобів.

Розглядаючи еволюцію такої економічної категорії як основні засоби, слід зазначити, що першим вченим, який виділив це поняття, був А. Сміт. Ним було введено у політичну економію узагальнюючі поняття основного та оборотного капіталу. Так, він вбачав розбіжність між основним і оборотним капіталом способ, у який вони приносять дохід. Що стосується саме основного капіталу, то, на його думку, основний капітал – це капітал, направлений на поліпшення землі, купівлю машин та устаткування, інструментів та інших предметів, які приносять дохід, залишаючись у одній і тій же натурально-речовій формі у одного власника.

Однією з складових основного капіталу, вважав А. Сміт є наявність „... придбаних і корисних здібностей усіх жителів або членів суспільства. Придбання таких здібностей, враховуючи також утримання їхнього володаря протягом його виховання, навчання й учнівства, завжди потребує дійсних витрат, що являють собою основний капітал, що ніби то реалізується в його особистості. Ці здібності, які є частиною майна такої особи, водночас стають частиною багатства всього суспільства, до якого вони належать. Велику спритність і уміння робітника можна розглядати з тієї ж точки зору, як і машини і знаряддя виробництва, що скорочують або полегшують працю і які, хоча і потребують певних витрат, але відшкодовують ці витрати разом із прибутком” [4, с. 283].

А. Сміт вважав, що основний капітал в обігу взагалі не знаходиться тому, що весь час знаходиться у одного власника, а прибуток він приносить лише за допомогою оборотного капіталу. Це була помилка Сміта, тому що у обігу беруть участь обидві частини капіталу. Він невірно трактував обіг як рух речей та передачу права власності з рук у руки. Дійсно, елементи основного капіталу можуть не рухатись, але в обігу буде перебувати їх вартість. Не

можна погодитись, виходячи з уречевленої форми основного капіталу, з віднесенням А. Смітом до нього придбаних корисних здібностей усіх жителів або членів суспільства. Але ж основний капітал, а отже, і основні засоби – це в першу чергу активи. Тобто необхідно виходити як з функції капіталу у процесі виробництва, так і з його натуральної форми.

У Д. Рікардо в основі поділу капіталу на основний та оборотний лежить строк використання цих частин капітал. Він вірно відзначив, що однаковий вид капіталу, залежно від галузі, де він знаходиться або розглядається, може виступати як основний або як оборотний капітал [3].

Дж. С. Міль більш чітко вказав на багаторазову участь основного капіталу у виробничому процесі: „... значна частина капіталу, втілена в знаряддях виробництва, що відрізняються більш-менш тривалим існуванням яка використовується роллю у виробництві, не виключається з нього, а залишається в ньому, причому функція цієї частини капіталу не вичерпується одноразовим ужитком. До цього розряду капіталу відносяться будинки, машини й усі або велика частина предметів, іменованих приладами або інструментами. Довговічність деяких із них дуже значна, і їхнє існування як знарядь виробництва подовжується багаторазовим повторенням виробничих операцій. Капітал, що існує в будь-яких із таких довговічних форм і дохід від якого надходить протягом відповідно тривалого періоду, називається основним капіталом” [2, с. 195]. Таким чином, Дж. С. Міль вказав на такі ознаки основного капіталу, як тривале існування, багаторазовий ужиток та одержання доходу від його використання протягом тривалого періоду.

К. Маркс вже зазначав, що засоби праці протягом усього процесу їх функціонування зберігають свою форму по відношенню до продукту. Після повного фізичного зносу вони йдуть на брухт та замінюються новими. Для придбання засобів праці необхідно авансувати капітал одразу, але брати участь у обороті цей капітал буде частинами, по мірі зносу засобів праці. К. Маркс остаточно визначив головну розбіжність між видами капіталу, яка, на його думку, полягає у способі перенесення своєї вартості на виготовлений продукт [1, с. 189].

Кожне підприємство для здійснення діяльності має в своєму розпорядженні спеціальні споруди, будівлі, склади, силові й робочі машини та устаткування, транспортні і переробні установки, засоби механізації й автоматизації, технічне обладнання контролю, зв'язку, управління та інші основні засоби. Таким чином, речовим змістом основних засобів є засоби праці, що запроваджені у виробничий процес. Засоби праці, що знаходяться в стадії встановлення, монтажу та незакінченого будівництва, це не діючі (потенціальні) основні засоби, оскільки вони не є засоби впливу на предмет праці, а навпаки, в цьому разі самі є предметом праці.

Список використаних джерел:

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / К. Маркс [Пер. І. І. Скворцова-Степанова]. – Т.2. – М. : Политиздат. – 1974. – 648 с.
2. Миль Дж. С. Основы политической экономии / Дж. С. Миль / [Т.І.] – М. : Прогресс. –

1980. – 305 с.

3. Рікардо Д. Начала политической экономии и податного обложения / Д. Рікардо. – М. : Госиздат. – 1929. – 428 с.

4. Сміт А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Сміт. – [Пер. с англ. Е. М. Майборода] / отв. ред. Л. И. Абалкин. – М. – Наука. – 1993. – 570 с.

АНАЛІЗ ПРИЧИН ЗМІНИ ПОСІВНИХ ПЛОЩ ТА УРОЖАЙНОСТІ

*Коломієць Н.С.,
студент 2 курсу СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Кононенко Ж.А., кандидат економічних наук, доцент*

Рослинництво – провідна галузь аграрного виробництва. Його продукція має надзвичайно важливе народногосподарське значення. Низка продуктів споживається в натуральному вигляді, інші, й це значна частина використовуються як сировина для галузей легкої та харчової промисловості, а частина – як корми для тварин. У валовому виробництві продукції сільського господарства на рослинництво припадає близько 45%. Тут вирощується майже 350 різних видів рослин. [3]

Одержання передбачуваного обсягу продукції рослинництва залежить від виконання плану посівних площ та врожайності сільськогосподарських культур. Оцінку дотримання планової площі роблять на основі порівняння фактичної посівної площі з плановою. Оскільки зміна розміру посівної площі зумовлює зміну її частки в загальній площі, то в процесі аналізу включають і структурні зміни, які в умовах обмеження площ є одним із факторів збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, підвищення її ефективності.

Основними факторами, що зумовлюють зміну розміру посівних площ та їх структури, в економічній літературі є:

1) погіршення забезпеченості господарства певними виробничими ресурсами;

2) зміна потреб у певній продукції, що зумовлюється зниженням попиту на продукцію підприємства тощо;

3) різке збільшення виробництва продукції певної культури в результаті меліорації земель, внесення підвищених норм добрив та проведення інших заходів, що сприяли значному підвищенню врожайності;

4) метеорологічні умови аналізованого періоду (вимерзання або випрівання озимих, градобій, видування бурею, що впливає на формування врожаю певних культур і на їх використання за призначенням);

5) розширення площ внаслідок проведення культуртехнічних робіт, рекультивация земель, розукрупнення підприємства тощо.

Кожен із наведених факторів потребує змістовного аналізу, оцінки зміни посівних площ і, якщо ці зміни небажані, намітити конкретні заходи щодо

запобігання чи усунення.

Головним фактором, який зумовлює валовий збір продукції рослинництва, є врожайність. Під час аналізу врожайності вивчають динаміку її росту по кожній культурі чи групі культур за певний період часу і виявляють, які міри приймає підприємство для підвищення її рівня родючості. У процесі аналізу також встановлюють ступінь виконання плану по врожайності кожної культури і розраховують вплив факторів на зміну її величини. Цими факторами є:

1) природно-кліматичні: родючість ґрунту, склад ґрунту, рельєф місцевості, температурний режим, рівень ґрунтових вод, кількість опадів тощо;

2) агротехнічні: кількість, якість і структура внесених добрив; якість і строки виконання всіх польових робіт; якість посівного матеріалу; сортооновлення; дотримання сівозмін, боротьба з шкідниками, бур'янами і хворобами рослин; вапнування та гіпсування ґрунту;

3) організаційно-економічні: матеріальне стимулювання працівників; організація робочих процесів; забезпечення підприємства матеріальними та трудовими ресурсами, підвищення кваліфікації працівників.

У процесі аналізу вивчають динаміку і виконання плану по всіх агротехнічних заходах, визначають ефективність кожного з них (приріст урожаю на 1 ц добрив, одиницю виконаних робіт тощо) і після цього підраховують вплив на рівень урожайності і валовий збір продукції. У випадку невиконання плану по окремих заходах з'ясовують причини втрат продукції (якщо така ситуація є на підприємстві). [1]

Отже, шляхами підвищення економічної ефективності виробництва в рослинництві є:

– підвищення урожайності за рахунок подальшої інтенсифікації виробництва зерна на основі внесення оптимальної кількості органічних та мінеральних добрив, розширення посівів високоурожайних сортів і гібридів;

– зниження собівартості, дотримуючись режиму економії скорочення непродуктивних витрат;

– максимальна збалансованість продажу з наявним потенціалом в господарстві, тобто шукати нові шляхи збуту.

Список використаних джерел

1. Горкавий В. К. Статистика: підручник / В. К. Горкавий. – (2-ге вид., перероб. і допов.). – К. : Аграрна освіта, 2009. – 512 с.

2. Єріна А. М. Статистика : підручник / А. М. Єріна, З. О. Пальян. – К. : КНЕУ, 2010. – 351 с.

3. Економічний аналіз : [навч. посібник] / В. М. Серединська, О. М. Загородна, Р. В. Федорович; За ред. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: Астон, 2010. – 592 с.

4. Опря А. Т. Статистика (Математична статистика. Загальна теорія статистики) : навчальний посібник / А. Т. Опря. – К. : ЦНЛ, 2005. – 496 с.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ

*Костюк І.І.,
студент 5 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Остапенко О. М., кандидат економічних наук, доцент

Дебіторська заборгованість виникає при незбігу в часі появи зобов'язань за розрахунками та виконання цих розрахунків у відносинах підприємства з покупцями, постачальниками, працівниками та ін. Дебіторська заборгованість становить значну частку в складі поточних активів та істотно впливає на фінансовий стан суб'єкта господарювання.

Дебіторська заборгованість – це заборгованість інших підприємств, установ, а також фізичних осіб підприємству, діяльність якого аналізується.

Основні причини виникнення дебіторської заборгованості наступні (рис. 1).

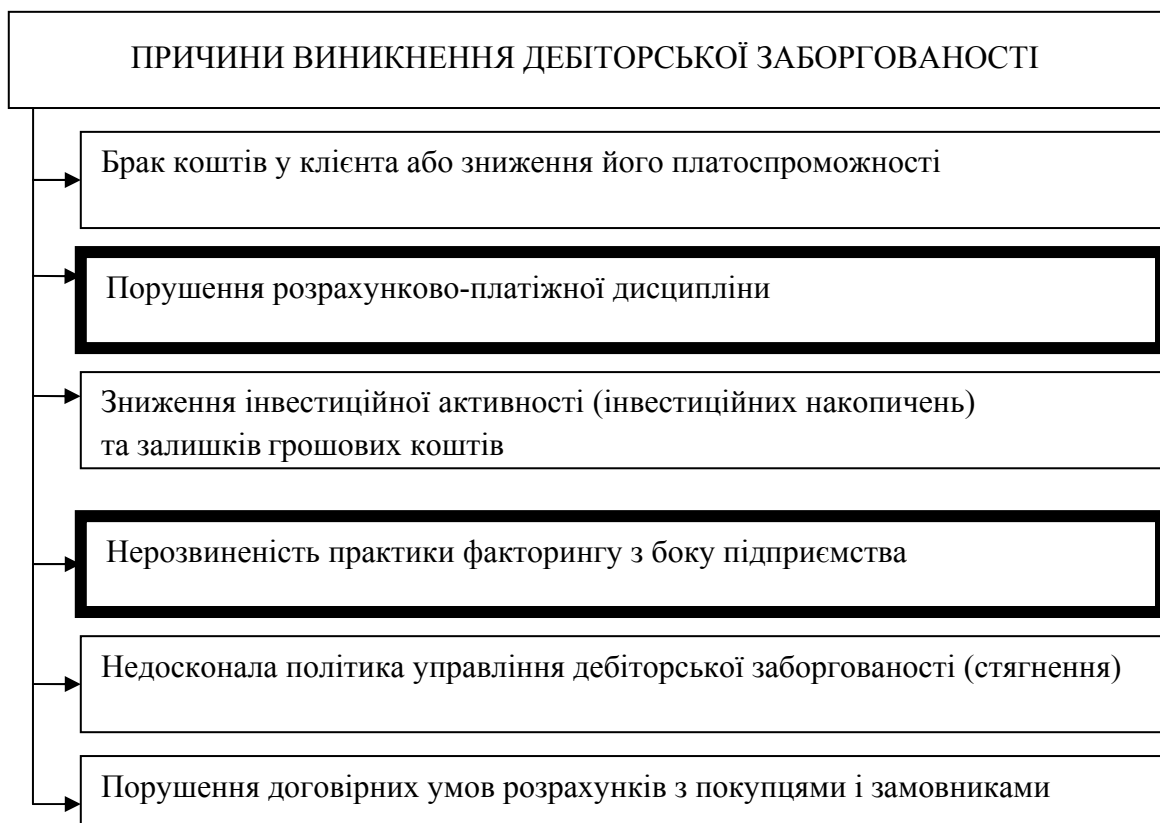


Рис. 1. Причини виникнення дебіторської заборгованості на підприємстві

На нашу думку, ключовою проблемою появи дебіторської заборгованості на підприємстві є порушення розрахунково-платіжної дисципліни та відсутність практики на підприємстві щодо використання факторингу [2].

Розрахунково-платіжна дисципліна полягає в суворому дотриманні суб'єктами господарювання встановлених правил проведення розрахункових операцій і виконанні засадничих принципів здійснення грошових розраху-

нків. Додержання платіжної дисципліни має сприяти прискоренню кругообігу коштів і зміцненню фінансового стану підприємства. Для більшого розуміння сутності розрахунково-платіжної дисципліни з'ясуємо зміст категорій окремо.

Розрахункова дисципліна передбачає зобов'язання суб'єктів господарювання дотримуватися встановлених правил проведення розрахункових операцій.

Платіжна дисципліна передбачає здійснення підприємствами платежів за фінансовими зобов'язаннями в повному обсязі та у встановлені строки.

Дебіторська заборгованість пов'язана з порушенням строків оплати: за відвантажену продукцію (товари), виконані роботи і надані послуги: за розрахунками з бюджетом або з працівниками підприємства. Головною причиною появи на сьогодні дебіторської заборгованості є несвоєчасність розрахунків за відвантажену продукцію, виконані роботи і надані послуги. Це призводить до того, що значна частина оборотних коштів підприємств-виробників виводиться з обігу на невизначений час.

Факторинг на сьогодні можна визначити як фінансовий інструмент, який слугує запорукою ефективного управління дебіторською заборгованістю. Факторинг (від англійського factor – маклер, посередник) – це банківська операція, суть якої полягає в придбанні банком (фактором) у постачальника (продавця) права вимоги у грошовій формі на дебіторську заборгованість покупців за відвантажені їм товари (виконані роботи, надані послуги), з прийняттям ризику виконання такої вимоги, а також приймання платежів.

Ще недавно розвиток факторингу обмежувався на законодавчому рівні. Сьогодні – це ліцензована банківська послуга і право на її здійснення мають практично всі банки [1]. Перевагами факторингу є: прискорення оборотності оборотних активів клієнта; факторинг може здійснюватися безстроково; для оформлення факторингу необхідний спрощений пакет документів та інше. Тож, підприємствам необхідно усвідомити ефективність факторингу поряд з іншими інструментами по управлінню дебіторською заборгованістю.

Список використаних джерел:

1. Факторинг – гроші плюс... Як знайти компроміс між продавцем та покупцем [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.business.if.ua/themes/business/material.asp?folder=1984&matID=2422>
 2. Чорнобривець М. М. Дебіторська заборгованість: сутність та причини виникнення [Електронний ресурс] // Режим доступу: ej.kherson.ua/journal/economic_16/1/35.pdf
-

НАСЛІДКИ НЕЦІНОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ

*Крамаренко А. О.,
студент 1 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Песцова-Світалка О.С., кандидат економічних наук, доцент

У наш час більш ефективною й більш сучасною формою конкурентної боротьби є нецінова конкуренція. Адже при однаковому рівні цін, на перший план виступають унікальні властивості продукту, його технічна надійність, висока якість, тощо. Це питання, є досить актуальним на сьогоднішній день, адже, досконале вивчення різноманітності споживчих смаків споживачів, окремих їх відтінків дозволяє новим товаровиробникам розширити асортимент пропонованих товарів та знайти свою нішу на ринку.

Дослідження наслідків нецінкової конкуренції для споживачів, відображені в роботах: Е. Чемберліна, А. Маршала, І. Кірцнера, В.Сєдова, Ж.Тіроля, Д. Россома та інших. Мета даної роботи полягає у вивченні позитивних та негативних рис нецінкової конкуренції та їх значення для споживача.

Нецінова конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за споживача шляхом впровадження досягнень науково-технічного прогресу та підвищення якості продукції, розширення її асортименту. До неї відноситься також поліпшення сервісного обслуговування споживачів шляхом надання їм цілого ряду переваг [3, с.170].

Підвищення якості може проводитися за двома напрямками: за рахунок поліпшення технічних характеристик товару (конкуренція по продукту) і за рахунок поліпшення пристосованості товару до споживчих потреб (конкуренції за умовами продажів).

Нецінова конкуренція ґрунтується на прагненні заволодіти частиною галузевого ринку за допомогою виводу на нього нових товарів, які відрізняються від старої моделі поліпшеними характеристиками. Підвищення якості служить способом приховати зниження цін і допомагає розширити збут, але поняття «якості» при цьому залишається оцінкою суб'єктивної, даючи можливість фальсифікувати його за рахунок красивої реклами [2, с.40].

Товари просуваються за допомогою поліпшеного сервісу, упаковки, умов поставок та інших маркетингових чинників. Удосконалення збуту ґрунтується на поліпшенні сервісу продажів і після продажне обслуговування покупців. Сюди належить реклама, поліпшення торгівлі, створення пільг покупцям після покупки товарів. У цьому випадку на перший план виходять унікальні властивості товару, його якісні характеристики, технічна надійність і т.д. Саме такі чинники дозволяють залучити нових покупців.

Щоб зберегти своє місце на ринку, найчастіше використовують такі інструменти, як ціна, строки поставок, умови платежів, гарантійні терміни,

реклама, якість і обсяг сервісу та інші заходи. При поліпшенні споживчих властивостей товару і збереженні реалізаційних цін грамотна реклама допомагає створити ефект «прихованої знижки» з ціни, що викликає позитивну реакцію споживача.

Використовується нецінова конкуренція і для проникнення на ринок з новим фірмовим товаром або з метою витіснення конкурентів з аналогічними товарами.

Нецінова конкуренція має творчу спрямованість, на відміну від цінової, якої більше властивий руйнівний характер [1, с.203].

При цьому нецінова конкуренція породжує і ряд проблем ринку. Це міжгалузевий механізм прибутків, надлишкові потужності, вплив нецінових факторів на обсяг збуту, конкурентоспроможності, витрат споживання, переваг споживачів. Існує також ризик, що споживачі не будуть розглядати пропозицію продавця як більш привабливе, ніж у його конкурентів, а віддадуть перевагу купувати дешевші товари, які вони вважають аналогічними більш дорогим.

Таким чином, на сьогодні ефективнішою й більш сучасною формою конкурентної боротьби є нецінова конкуренція. Надходження на ринок продукції більш високої якості або нової споживчої вартості утруднює відповідні заходи з боку конкурента. В наш час набули великого розвитку різноманітні маркетингові дослідження, що мають на меті вивчення запитів споживача, його відношення до тих чи інших товарів. До інструментів нецінової конкуренції включають якість продукції, диференціація продукції, та ряд інших заходів по просуванню продукції. Нецінова конкуренція зумовлює поліпшення товару і повніше задоволення потреб споживачів. Однак, нерідко, зміни в продукті, що демонструються в рекламі, зовсім не проявляються в реальності і не покращують його властивостей.

Список використаних джерел

1. Андрющенко А. М. Економічна теорія: [навч. посібник] / А. М. Андрющенко, А. П. Бурляй, В. С. Костюк – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
 2. Задоя А.О. Мікроекономіка: [навч. посібник]. – [Електронний ресурс] / Анатолій Олександрович Задоя – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 211 с. – (курс лекцій та вправи). – Режим доступу: http://lekcii.in.ua/lekcii/mikroehkonomika_zadachi_avt-zadoja_i_dr..doc.
 3. Солоніченко К.О. Нецінова конкуренція та ринки недосконалої конкуренції / К.О. Солоніченко // Управління розвитком. – 2014. – № 4 (167). – С.170-172.
-

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Максименко Ю. Е.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Мисник Т. Г., кандидат економічних наук, доцент*

Висока роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників і персоналу визначає необхідність ефективного і безперервного управління прибутком. Тому головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періоді. Ця головна мета покликана забезпечувати одночасно інтереси власників з інтересами держави і персоналу підприємства.

Прибуток - це та частина виторгу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу, комерційну, фінансову та інвестиційну діяльність підприємства, та слугує засобом відтворення і головним мотивом здійснення такої діяльності для власників підприємства в поточному і перспективному періоді, а також є основною характеристикою ефективності цієї діяльності. Таким чином, скорочення витрат на виробництво і реалізацію продукції, тобто зниження її собівартості, є важливим фактором збільшення прибутку від реалізації. Цього можна досягти за рахунок використання численних факторів, що впливають на скорочення витрат на виробництво і реалізацію продукції. Отже, роль системи управління витратами в управлінні прибутком підприємства є достатньо великою, оскільки зниження витрат дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов.

Забезпечення ефективного управління прибутком підприємства визначає ряд вимог до цього процесу, основними з яких є:

1. Інтегрованість з загальною системою управління підприємством. Це визначає необхідність органічної інтегрованості системи управління прибутком із загальною системою управління підприємством.

2. Комплексний характер формування управлінських рішень. Управління прибутком повинне розглядатися як комплексна система дій, забезпечуючи розробку взаємозалежних управлінських рішень, кожне з яких вносить свій внесок в результативність формування і використання прибутку по підприємству в цілому.

3. Високий динамізм управління. Перш за все, це пов'язано з високою динамікою чинників зовнішнього середовища на стадії переходу до ринкової економіки, і в першу чергу - із зміною кон'юнктури товарного і фінансового ринків. Тому системі управління прибутком повинен бути властивий високий динамізм, що враховує зміну чинників зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу, форм організації і управління виробництвом, фінансового стану і інших параметрів функціонування підприємства.

4. Багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рі-

шень. За наявності альтернативних проектів управлінських рішень їх вибір для реалізації повинен бути заснований на системі критеріїв, що визначають політику управління прибутком підприємства. Система таких критеріїв встановлюється самим підприємством.

5. Орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства. Якими б прибутковими не здавалися ті або інші проекти управлінських рішень в поточному періоді, вони повинні відхилювати, якщо вони вступають в суперечність з місією (головною метою діяльності) підприємства, стратегічними напрямками його розвитку, підбивають економічну базу формування високих розмірів прибутку в майбутньому періоді.

Прибуток залежить від обсягу реалізації продукції. За високої частки постійних витрат у собівартості продукції зростання обсягу реалізації приведе до ще більшого зростання прибутку в результаті зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції.

Крім того, оскільки прибуток обчислюється як різниця між ціною і собівартістю продукції, то очевидно, що на розмір прибутку впливають зростання цін і зниження собівартості. Тобто успішне просування продукції на ринку можливе при зниженій собівартості на її виробництво, оскільки собівартість – це особлива економічна категорія, яка включає всі грошові витрати конкретного підприємства, необхідні для здійснення його відтворення, й різниця між доходом і нею визначає прибуток, величина якого збільшується при її зниженні. Отже, за величиною собівартості можна встановити якісні й кількісні зміни в технології виробництва продукції конкретного підприємства, тим самим характеризувати його діяльність як виробника товарів на аграрному ринку. Збільшення прибутку можна досягти при взаємодії попиту і пропозиції на ринку. Таким чином, важливо встановити взаємозв'язок між собівартістю й обсягом реалізації конкретної сільськогосподарської продукції, а саме за собівартістю визначити обсяг реалізації, цим і зумовлена актуальність проблеми, як складової для підвищення прибутку.

Список використаних джерел:

1. Гаватюк Л. С. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення / Л. С. Гаватюк, Н. В. Дармограй, Г. М. Хімійчук // Молодий вчений. – 2016. - № 1 (28). – С. 40-43.
 2. Нагрецькіс А. Ю. Управління прибутком підприємства Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» - № 10. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua>
 3. Соколова Е.А. Проблеми управління прибутком підприємств / Е. А. Соколова, А. І. В'юшкова // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. – 2015. – № 32. – С. 310-320.
-

ДОПОМОГА ПО БЕЗРОБІТТЮ ТА ЇЇ РОЛЬ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ ЗАЙНЯТОСТІ

*Малина Р. С., Цілуйко Є. І.,
студенти 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Аранчій В. І., кандидат економічних наук, професор

В умовах переходу України до ринкової економіки та кризових явищ, які спіткали Україну за останні роки, проблема безробіття стала однією з найголовніших проблем вітчизняної економіки. Безробіття – це таке соціально-економічне явище, коли частина економічно-активного населення не може знайти застосування своїй робочій силі. На сьогодні, за даними ООН, близько 800 млн осіб, тобто кожен третій працездатний у світі не має роботи взагалі, або має сезонний чи випадковий заробіток [1].

Безробітними відповідно до Закону України „Про зайнятість населення” визнаються працездатні громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших передбачених законодавством доходів і зареєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, та готові приступити до підходящої роботи, а також інваліди, які не досягли пенсійного віку, які не працюють та зареєстровані як такі, що шукають роботу [3].

Одним із видів матеріальної підтримки державної своїх громадян, які втратили роботу і тимчасово втратили можливість забезпечувати себе і свою сім'ю за рахунок власної праці є надання допомог по безробіттю.

Право на допомогу по безробіттю залежно від страхового стажу мають застраховані особи, визнані в установленому порядку безробітними, страховий стаж яких протягом 12 місяців, що передували реєстрації особи як безробітної, становить не менше ніж шість місяців за даними Державного реєстру загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Право на допомогу по безробіттю, як зауважує О. Майсюра зберігається у разі настання перерви страхового стажу з поважних причин (навчання, строкова військова служба, догляд за дитиною-інвалідом, пенсіонером, непрацюючою працездатною особою тощо), якщо особа протягом місяця після закінчення цієї перерви зареєструвалась в установленому порядку в державній службі зайнятості як безробітна [1].

Застраховані особи, визнані в установленому порядку безробітними, які протягом 12 місяців, що передували реєстрації особи як безробітної, за даними Держреєстру мають страховий стаж менше шести місяців мають право на допомогу по безробіттю у мінімальному розмірі.

Допомога по безробіттю виплачується з 8 дня після реєстрації застрахованої особи в установленому порядку в державній службі зайнятості.

Загальна тривалість виплати допомоги по безробіттю не може перевищувати 360 календарних днів протягом двох років, а для осіб, зазначених у

частині другій статті 6 цього Закону, – 180 календарних днів. Для осіб передпенсійного віку (за 2 роки до настання права на пенсію) тривалість виплати допомоги по безробіттю не може перевищувати 720 календарних днів [2].

Згідно із Законом України „Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття”, розмір допомоги по безробіттю визначається у відсотках до їх середньої заробітної плати (доходу), визначеної відповідно до порядку обчислення середньої заробітної плати (доходу) для розрахунку виплат за загальнообов’язковим державним соціальним страхуванням, затвердженого КМУ, залежно від страхового стажу: до 2 років – 50 відсотків; від 2 до 6 років – 55 відсотків; від 6 до 10 років – 60 відсотків; понад 10 років – 70 відсотків [5]. Допомога по безробіттю виплачується залежно від тривалості безробіття у відсотках до визначеного розміру: перші 90 календарних днів – 100 відсотків; протягом наступних 90 календарних днів – 80 відсотків; у подальшому – 70 відсотків [4].

Також слід зазначити, що допомога по безробіттю особам, які звільнилися з останнього місця роботи за власним бажанням без поважних причин, призначається відповідно до частин першої та другої цієї статті, і її виплата починається з 91-го календарного дня. При цьому зауважимо, що чинне законодавство встановлює максимальний розмір допомоги по безробіттю, який не може перевищувати чотирикратний розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб.

Підсумовуючи вищезазначене зауважимо, що проблема безробіття – це проблема, яка потребує практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для розробки і реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно-активного населення країни, зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня. За таких умов своєчасна і адекватна за розміром виплата допомоги по безробіттю є важливим інструментом підтримки безробітних і, водночас, стимулом для пошуку роботи.

Список використаних джерел:

1. Майсюра О. М. Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни / О. М. Майсюра // Економіка та держава. – 2015. – № 8. – С.60-61.
2. Закон України „Про збір та облік єдиного внеску на загально-обов’язкове державне соціальне страхування” від 8 липня 2010 р. №2464-VI із змінами та доповненнями // www.rada.kiev.ua.
3. Закон України „Про зайнятість населення” від 5 липня 2012 р. № 5067-VI із змінами та доповненнями // www.rada.kiev.ua.
4. Закон України „Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття” від 2 березня 2000 року № 1533-III із змінами та доповненнями // www.rada.kiev.ua.
5. Порядок розрахунку середньої заробітної плати (доходу) для розрахунку виплат по обов’язковому державному соціальному страхуванню. Затверджений постановою КМУ від 26 вересня 2001 року № 1266. зі змінами і доповненнями // www.rada.kiev.ua.

ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ: ПОНЯТТЯ, СТАН УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Мауер Д.Р.,
студент 1 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Песцова-Світалка О.С., кандидат економічних наук, доцент

Електронні гроші порівняно недавно увійшли в наше життя, але розвиток цього ринку здійснюється доволі стрімко. Термін «електронні гроші» застосовується до різноманітних платіжних інструментів. Вперше ідея так званих «електронних грошей» або «електронної готівки» (E-cash) була запропонована американським фахівцем з теорії складності Девідом Чоумом ще в кінці 70-х років на хвилі ейфорії навколо перших систем цифрового підпису та цифрових конвертів. В подальшому питання електронних грошей досліджували такі закордонні вчені як М.Вудфорд, А.Генкін, Ч.Гудхард, М.Кінг, С.Кляйн, Б.Коен, Г.Селджін, Б.Шміт, Л.Уайт, Б.Фрідмен та інші [5].

Мета даного дослідження полягає в оцінці впливу електронних грошей на вітчизняну економіку та з'ясування перспектив їх розвитку в Україні.

Електронні гроші – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі [3]. Випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк. Банк, що здійснює випуск електронних грошей бере на себе зобов'язання з їх погашення. Всі платіжні системи засновані на використанні кредитних платіжних карток або ж так званого електронного гаманця [4].

Основним недоліком електронних грошей є теоретично можливі розкрадання електронних грошей, за допомогою інноваційних методів, використовуючи недостатню зрілість технологій захисту. Ще одним недоліком є те, що кошти на електронних гаманцях можуть бути заблоковані. У випадку блокування, навіть якщо вона сталася не з вини користувача, повернути гроші з електронного гаманця дуже складно, іноді навіть неможливо.

Водночас, поява електронних грошей та їх популярність для здійснення розрахунків в мережі Інтернет пов'язана з низкою переваг: зручність і оперативність, доступність і простота використання, мобільність, анонімність, підтримка мікроплатежів [2].

Поширення електронних платежів при розрахунках за інших рівних умов стимулює споживання домогосподарств, позитивно впливає на фінансову систему та монетизацію економіки. Впровадження електронних платежів сприяє залученню коштів населення та компаній у банківську систему і зменшує обіг готівки. Запровадження електронних платежів означає скорочення операційних витрат економіки та держави в цілому.

Стрімкий розвиток електронної комерції та технологій зіграли свою роль у проникненні електронних грошей в українську економіку [5].

У 2010 році в Україні платежів електронними грошима було здійснено на суму 2 млрд грн, а у 2016 – 21,6 млрд грн. Кількість зареєстрованих електронних гаманців досягла 43,6 млн [1]. За підрахунками В. Кравчука загальна економія від розповсюдження електронних платежів сягає 1% від ВВП. Збільшення електронних платежів може сприяти зменшенню тіньової економіки [2].

Електронні гроші мають високу перспективу розвитку, це є потенційний заміна для традиційних грошей. За своїми властивостями, електронні гроші здатні частково замінити або повністю витіснити при розрахунках готівку. Очевидно, якщо це буде безпечно і покращить розрахунок то готівка зникне взагалі [6].

Виникнення електронних грошей спонукало у свій час розвинені країни світу прийняти ряд засобів з регулюванні даного питання. Відповідно до Закону України «Про Національний банк України», з метою врегулювання діяльності, що пов'язана з випуском електронних грошей Правління Національного банку України постановою від 25.06.2008 р. № 178 затвердило «Положення про електронні гроші в Україні» [4].

Декларуючи жорсткі наміри стати членом Європейського Союзу, Україна наполегливо працює над адаптацією свого законодавства у сфері платіжних систем до європейських практик. Для цього необхідно встановити певні вимоги, зокрема вимоги до статутного капіталу, власного капіталу, механізм захисту коштів, отриманих в обмін на електронні гроші, що відповідає рекомендаціям Директиви ЄС 110.

Отже, сучасний рівень розвитку інформаційних технологій спричинив появу нової форми грошей – електронної. Особливістю електронних грошей є те, що матеріально вони ніби не існують, але за функціональністю вони ідентичні традиційним грошам. Сьогодні вони забезпечують більшу частину розрахунків. Електронні гроші мають великий невикористаний потенціал, та незважаючи на значні переваги (доступність, мобільність, анонімність тощо), ринок електронних грошей не набув значного поширення в Україні, порівняно з іншими країнами світу.

Список використаних джерел

1. Електронні гроші в Україні. Інфографіка НБУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/368430/elektronni-groshi-v-ukrayini-infografika-nbu>.
 2. Кравчук В. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Електронні гроші в Україні. Аналітичний звіт. [Електронний ресурс] / В. Кравчук, Д. Науменко, А. Глибовець – Режим доступу: http://www.ier.com.ua/files/publications/Books/2012/3_Electronic_Money/E-money_report_APPROVED_2012-10-02_RED2.pdf
 3. Національний банк України. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Електронні гроші. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123302.
 4. Національний Банк України «Положення про електронні гроші в Україні» №688/15379 від 25.07.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0688-08>.
 5. Фінансові науки. Поява електронних грошей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ufin.com/finansovye-nauki/49082-Elektronnye-den-gi.html>.
 6. Фінансова грамотність: навч. посібник [Електронний ресурс] / Білик О.І., Гірченко Т.Д., Рисін В.В.; за ред. Т. С. Смовженко. – [Вид. 2-ге, випр. і доп.] – К., 2013. – 311 с. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=4436538>.
-

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ КАСИ

*Меліхова Є. С.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Тютюнник С. В., кандидат економічних наук, доцент*

Інвентаризація є інструментом бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності. Інвентаризація є тим обліковим інструментом, який сприяє дотриманню однієї із найважливіших якісних характеристик фінансової звітності – правдивості подання [5]. У відповідності до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», метою проведення інвентаризації є встановлення відхилень облікових даних від фактичної наявності господарських засобів. Проведення інвентаризації регламентується затвердженим Наказом Міністерства фінансів України № 879 від 02.09.2014 р. «Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань» [1]. Використання цього Положення є обов'язковим для підприємств усіх організаційно-правових форм і форм власності (крім банків). Дане положення визначає види обов'язкової інвентаризації, її строки та періодичність, порядок документального оформлення та склад інвентаризаційної комісії.

Т. П. Смержанюк пропонує такі етапи та процедури під час інвентаризації: перший етап – підготовчий (відбувається визначення об'єктів, кількості та строків проведення інвентаризації, крім випадків, коли вона є обов'язковою); другий етап – технологічно-документальний (безпосередня перевірка наявності та стану активів, правильності їх визначення); третій етап – порівняльно-аналітичний (проводиться порівняння облікових даних про активи з фактичними, встановленими під час перевірки. Результатом може бути відповідність фактичних і облікових даних, нестача чи надлишок); четвертий етап – підсумковий (визначаються кінцеві результати інвентаризації, складається протокол інвентаризаційної комісії, який підписує керівник підприємства [4].

Розглянемо особливості проведення інвентаризації готівки підприємства, яка проводиться під час інвентаризації каси у відповідності до Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затвердженого постановою Правління Національного банку України № 637 від 15 грудня 2004 року.

Перед початком інвентаризації каси на підприємстві готується наказ, за підписом керівника, яким призначається інвентаризаційна комісія; зазначається період проведення інвентаризації; вказуються особи, на яких покладено виконання цього наказу; дається доручення матеріально відповідальній особі (касиру) та бухгалтерії підготувати всі касові документи. Інвентаризація каси може проводитися згідно встановленого графіку (планова інвентаризація) а також раптово (позапланова). У відповідності до Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань, обов'язково інвентаризація проводиться: перед терміном складання річної фінансової звітності; при ліквідації, реорганізації

або перетворення підприємства; при зміні матеріально відповідальної особи; у разі виявлення розкрадання або нестачі. До початку інвентаризації матеріально відповідальні особи, які відповідають за збереження коштів дають розписку. Доцільно проводити інвентаризацію каси на початку або в кінці робочого дня. Інвентаризаційна комісія перевіряє наявність коштів шляхом повного перерахування всіх готівкових коштів, які є в касі, цінних паперів, чекових книжок тощо. Перераховують та звіряють із записами в касовій книзі готівку покупорно та помонетно. При перевірці касової документації перевіряють правильність та своєчасність оформлення касових документів.

Узагальнюють результати інвентаризації у акті про результати інвентаризації наявних коштів. Комісія його готує у двох примірниках, які підписують члени інвентаризаційної комісії та матеріально відповідальна особа. Один примірник передається у бухгалтерію, другий – залишається у касира. У разі виявлення під час інвентаризації нестачі чи надлишку цінностей у касі у акті зазначається сума нестачі або надлишку і з'ясовуються обставини їх виникнення. Сума нестачі відшкодовується відповідно до законодавства України, а надлишок оприбутковується в касі та зараховується до доходу підприємства [2].

Значного покращення інвентаризаційної роботи можна досягти за рахунок більш повного використання можливостей і прийомів економічного аналізу. Так, зокрема, при порівнянні витрат на проведення інвентаризації з додатковими доходами, одержаними від відшкодування матеріального збитку, можна визначити ефективність проведення інвентаризації. За результатами аналізу матеріалів інвентаризації (кількість відшкодованих і невідшкодованих нестач) можна визначити вплив результатів інвентаризації на фінансовий стан підприємства [3, с. 3].

Список використаних джерел

1. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Положення про інвентаризація активів та зобов'язань» № 879 від 02 вер. 2014 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
 2. Нижник Т. Інвентаризація каси: процедура та документація / Т. Нижник // Все про бухгалтерський облік. – 2017. - № 30. – С. 16-18.
 3. Олійник С. О. Проблеми та напрями вдосконалення інвентаризації на підприємствах / С. О. Олійник // Науковий огляд. – 2016. - № 6(27). – С. 1-7.
 4. Сморганюк Т. П. Інвентаризація – один із головних методів обліку і контролю / Т. П. Сморганюк // Молодий вчений. – 2015. - № 2(17). – С. 66-69.
 5. Харламова О. В. Особливості інвентаризації для цілей складання МСФЗ-звітності [Електронний ресурс] / О. В. Харламова. – Режим доступу до журналу:<http://vestnik-econom.mgu.od.ua>.
-

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦІНКИ ЗАПАСІВ П(С)БО 9 ТА МСБО 2 «ЗАПАСИ»

*Мироненко О. В.,
здобувач СВО «Магістр»
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Лега О. В., кандидат економічних наук, доцент*

В умовах переходу до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності актуалізується питання нормативного регулювання всіх об'єктів обліку, а також це стосується організації обліку виробничих запасів. Вимоги П(С)БО 9 «Запаси» регулюють питання методологічного наповнення бухгалтерського обліку виробничих запасів. МСБО сьогодні мають рекомендаційний характер і є міжнародним орієнтиром стандартизації обліку звітності по всьому світу. В МСБО надана більша свобода при розкритті інформації про господарську діяльність та розвинена варіантність визнання та оцінки об'єктів бухгалтерського обліку.

Але виходячи з порівняльного аналізу П(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси» можна побачити як спільні так і відмінні підходи щодо питань обліку виробничих запасів (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння П(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси»

Визначення	
ПСБО 9 «Запаси»	
Під запасами розуміють активи, які: утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; знаходиться в процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, а також управління підприємством [5]	
МСБО 2 «Запаси»	
Під запасами розуміють активи, які призначені для використання в ході звичайної господарської діяльності і процесі виробництва, для продажу, чи у формі матеріалів для споживання при наданні послуг [4]	
Оцінка запасів	
ПСБО 9 «Запаси»	
При надходженні	Собівартість виробничих запасів залежить від характеру надходження запасів: 1. При придбанні у постачальника – вартість придбання у постачальника за вирахуванням непрямих податків; суми ввізного мита; сума непрямих податків у ТЗВ; інших витрат. 2. При виготовленні власними силами – витрат, що утворюють виробничу собівартість згідно ПСБО 16 «Витрати» [6] 3. При внесенні до зареєстрованого капіталу – справедливої вартості, погоженої із засновниками підприємства з урахуванням витрат, що включаються до первісної вартості запасів, придбаних у постачальника 4. При безоплатному отриманні – справедливої вартості. 5. При отриманні у результаті обміну на подібні активи – балансової вартості переданих запасів

	6. При отриманні в результаті обміну на неподібні активи – справедливої вартості отриманих запасів
При витрачанні	Собівартість перших за часом надходження за часом запасів (ФІФО), ідентифікована собівартість, середньозважена собівартість [5]
На дату балансу	Найменша з двох оцінок: первісна вартість або чиста вартість реалізації
МСБО 2 «Запаси»	
При надходженні	Собівартість формується з таких витрат: 1. Витрати на придбання. Ціни придбання; мита та інших податків (якщо вони не відшкодовуються підприємству), витрат на транспортування; вартості робіт з навантаження та розвантаження й інших витрат. 2. Витрати на переробку. Витрати безпосередньо пов'язані з одиницею виробництва. 3. Інші витрати. Інші витрати, якщо вони відбулися при доставці запасів до їх теперішнього місця розпакування та приведення до теперішнього стану [4]
При витрачанні	Собівартість перших за часом надходження запасів (ФІФО), ідентифікована собівартість, середньозважена собівартість
На дату балансу	Найменша з двох оцінок: собівартість або чиста вартість реалізації

Отже, можна відзначити, що П(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси» мають спільні та від'ємні риси. Так визначення поняття «запасів», умови визнання їх і основні поняття, пов'язані з ними, а також рекомендації щодо використання методів оцінки запасів в обох стандартах є тотожними. Основними відмінностями між цими стандартами є склад запасів, склад витрат, що входять до собівартості. Незважаючи на те, що національні стандарти побудовані на підставі Міжнародних стандартів, виникають розбіжності обліку в Україні та зарубіжних країнах відповідно до специфіки національної системи.

Список використаних джерел

1. Голов С. Ф. Уніфікація як гальмо розвитку бухгалтерського обліку в Україні / С. Ф. Голов // Роль і місце бухгалтерського обліку, контролю й аналізу в розвитку економічної науки та практики : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (14 травня 2010 р.). – К. : КНЕУ, 2010. – 568 с.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [Електронний ресурс] : – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_021
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.

ВИЗНАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

**Мошак В.О.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент**

Одним із важливих і принципових теоретичних питань економічної діяльності є визначення терміна «доходи». Стандартом бухгалтерського обліку 15 «Дохід» дається така дефеніція: «Дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язань, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена» [3]. Критерії визначення доходу застосовуються окремо до кожної операції, але можуть застосовуватися також до окремих елементів однієї операції або до двох чи більше операцій разом, якщо це впливає із суті такої операції (операцій).

Не визнаються доходами такі надходження від юридичних і фізичних осіб: сума податку на додану вартість; сума акцизного збору; сума інших податків і обов'язкових платежів до бюджету та позабюджетних фондів; сума надходжень за договором комісії, агентських та інших аналогічних договорів на користь комітента (власника товару), принципала (боржника, посередника) тощо; сума попередньої оплати продукції (товарів, робіт, послуг); сума авансу в рахунок оплати продукції (товарів, робіт, послуг); сума завдатку під заставу або в погашенні позики, якщо це передбачено відповідним договором; надходження, що належать іншим особам; надходження від первинного розміщення цінних паперів [4].

В інших випадках дохід визнається під час збільшення активу чи зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу, за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) відображається на рахунку 70 «Доходи від реалізації» за такими субрахунками:

- 701 «Дохід від реалізації готової продукції»;
- 702 «Дохід від реалізації товарів» (ведеться у торгівлі);
- 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг»;
- 704 «Вирахування з доходу».

Визнання доходів відбувається за наявності усіх вказаних умов:

- передані покупцю ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на цінності;
- підприємство надалі не здійснює контролю за реалізованою продукцією;
- сума доходу може бути достовірно визначена;

– в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати на операцію можуть бути достовірно визначені.

Отримані доходи від фізичних осіб за готівку від реалізації продукції товарів, робіт, послуг відображаються записом:

Дт 30 «Готівка» - надходження готівки від фізичних осіб;

Дт 31 «Рахунки в банках» - надходження готівки від фізичних осіб.

Кт 701 «Дохід від реалізації готової продукції» [2].

При відвантаженні покупцям продукції, товарів, робіт і послуг робиться запис:

Дт 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»;

Кт 701 «Дохід від реалізації готової продукції» (або 702, 703).

Розглянемо інші варіанти проведення.

Від вантаження продукції, товарів, робіт і послуг різним дебіторам:

Дт 377 «Розрахунки з різними дебіторами»;

Кт 701 «Дохід від реалізації готової продукції (або 702, 703).

Продаж товарів через комісійні магазини:

Дт 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» (або 377);

Кт 702 «Дохід від реалізації товарів».

Нарахування податку на додану вартість:

Дт 701 «Дохід від реалізації готової продукції»;

Дт 702 «Дохід від реалізації товарів»;

Дт 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг»;

Кт 641 «Розрахунки за податками» (з реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, підакцизних товарів, реклами).

Повернення покупцем із різних причин продукції (товарів) оформляється:

Дт 704 «Вирахування з доходу»;

Кт 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»

Одночасно із цим коригується сума податку на додану вартість:

Дт 704 «Вирахування з доходу»;

Кт 641 «Розрахунки за податками»

Синтетичний облік операцій, пов'язаних з отриманням доходів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ведеться у журналі 6; аналітичний - у розділі II журналу 6 (аналітичні дані про доходи) [1].

Список використаних джерел

1. Волкова І. А. Фінансовий облік-2: навч. посібник / І. А. Волкова. – К. : ЦУЛ, 2009. – 223 с.

2. Облік доходів [Електронний ресурс] – режим доступу: http://pidruchniki.com/1513061644012/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/oblik_dohodiv.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.

4. Фінансовий облік І. Фінансовий облік II : навч. посібн. / А. О. Фатенок-Ткачук. – Луцьк : Східноєвр. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 510 с.

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

*Олійник Е. Ю.,
студентка СВО «Магістр» спеціальності «Фінанси і кредит»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Томілін О. О., доктор економічних наук, доцент*

Діяльність суб'єктів господарювання в системі ринкової економіки неможлива без періодичного використання різноманітних форм залучення кредитів. З економічного погляду кредит – це форма позичкового капіталу (в грошовій або товарній формах), що надається на умовах повернення і обумовлює виникнення кредитних відносин між тим, хто надає кредит, і тим – хто його отримує. Нині кредитні відносини виникають за будь-якої економічної чи фінансової операції, що пов'язана із заборгованістю одного з учасників такої операції. Поряд з об'єктивною основою існують специфічні причини виникнення кредитних відносин, що пов'язані з необхідністю забезпечення безперервності процесу відтворення.

Останнім часом з'явилася значна кількість публікацій, присвячених вивченню необхідності залучення банківських кредитів. Зазначена проблематика знаходиться в центрі уваги багатьох вчених, зокрема даними питаннями займаються Г. О. Крамаренко, М. Д. Корінько, Г. І. Пиріг, Л. О. Мармуль, О. О. Лошкарьова, Г. І. Зуб, В. Ю. Бодаковський. Проте недостатньо вивченими, на наш погляд, залишаються питання економічної сутності та необхідності залучення кредитних ресурсів.

Для розвитку кредитних відносин необхідні певні умови. По-перше, учасники кредитної угоди – кредитор і позичальник, мають бути юридично самостійними суб'єктами, які матеріально гарантують виконання зобов'язань. По-друге, інтереси суб'єктів кредитної угоди повинні збігатися [1, с. 7].

Сезонність виробництва зумовлює в одні періоди випереджаюче зростання виробничих витрат порівняно з надходженням коштів і спричиняє додаткову потребу в коштах понад ті, що є в розпорядженні підприємства. В інші періоди витрати виробництва зменшуються або зовсім припиняються, збільшується вихід готової продукції та надходження грошової виручки, частина якої виявляється тимчасово вільною.

Взагалі, особливості індивідуального обороту коштів підприємства зумовлюються багатьма об'єктивними і суб'єктивними факторами. До об'єктивних факторів належать: галузева належність підприємства; характер виробничого процесу; сезонність виробництва. До суб'єктивних факторів можна віднести: рівень організації виробництва; рівень організації збуту й постачання; інші фактори [2, с. 55].

У складі фінансового кредиту, що залучається підприємствами для розширення господарської діяльності, пріоритетна роль належить банківському кредиту. Цей кредит має широку цільову спрямованість і залучається в найрізноманітніших видах.

Банківський кредит надається підприємствам в наступних основних видах: бланковий (незабезпечений), відкриття кредитної лінії, факторинг, лізинг тощо. Бланковий (незабезпечений) кредит для здійснення окремих господарських операцій. Як правило, він надається комерційним банком, що здійснює розрахунково-касове обслуговування підприємства. Хоча формально він носить незабезпечений характер, але фактично забезпечується розміром дебіторської заборгованості підприємства і його коштами на поточному та інших рахунках у цьому ж банку. Крім того, цей вид кредиту є зазвичай таким, що «самоліквідується», оскільки операція, що здійснюється за його посередництва, генерує по її закінченні грошовий потік, достатній для його повного погашення. Цей вид кредиту надається, як правило, лише на короткостроковий період.

Поширеним у банківській практиці є відкриття кредитної лінії. Оскільки потреба в короткостроковому банківському кредиті не завжди може бути передбачена з ув'язкою до конкретних термінів його використання, угоду про нього підприємство може оформити з банком завчасно у формі відкриття кредитної лінії. У цьому договорі обумовлюються терміни, умови та гранична сума надання банківського кредиту, коли в ньому виникає реальна потреба.

До послуг кредитного характеру, які банки можуть надавати підприємствам, належить факторинг – система фінансування, за якої підприємство-постачальник товарів переуступає короткострокові вимоги за торговельними операціями комерційному банку. Факторингові операції включають кредитування у формі попередньої оплати боргових вимог; ведення бухгалтерського обліку клієнта, зокрема обліку реалізації продукції; інкасацію заборгованості клієнту; страхування його від кредитного ризику [1, с. 8]. В основу факторингової операції покладено принцип придбання банком рахунків-фактур підприємства-постачальника за відвантажену продукцію, тобто передачу банку постачальником права вимагати платежі з покупця продукції.

Отже, ринкові умови породжують об'єктивну необхідність використання підприємствами позикових фінансових ресурсів поряд із власними коштами, які є в їх розпорядженні. За питомою вагою перше місце серед позикових ресурсів посідає банківський кредит, що є складовою фінансового кредиту. Банківське кредитування на сучасному етапі виступає основною формою позикового капіталу підприємства, що має ряд позитивних рис. Проте існує багато проблем, пов'язаних з залученням, використанням та поверненням кредитних ресурсів, оскільки, банківське кредитування в Україні є, переважно, джерелом покриття тимчасових потреб підприємств у грошових коштах.

Список використаних джерел

1. Зуб Г. О. Сучасний стан розвитку кредитування в аграрному секторі економіки та державна політика / Г. О. Зуб // Welcome. – 2014. – № 2/3. – С. 4–8.
 2. Малахова О. С. Проблеми оптимізації кредитного процесу у взаємовідносинах комерційних банків з підприємствами в умовах трансформації економіки / О. С. Малахова // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2013. – № 4. – С. 53–60.
-

ОСНОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ У ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

*Орехівська Т.С.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Ходаківська Л.О., кандидат економічних наук, доцент*

Передумовою для успішної діяльності підприємств, створення оптимальної інфраструктури ринку, спроможності підприємств працювати в умовах вільної конкуренції та задля підвищення їх економічних показників є запровадження управлінського обліку. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.99 р. визначає управлінський облік як систему обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [1].

Так, на управлінський облік у виробництві продукції рослинництва покладається оперативне формування інформації щодо ведення господарської діяльності за новітніми системами, яка повинна враховувати особливості галузі рослинництва та має бути співставною з запитами управлінського персоналу на певному підприємстві. З цього випливає, що значення управлінського обліку, як у загальному розумінні, так і в окремому аспекті, що розглядається в даній роботі, на сьогодні все зростає та потребує докладнішого розгляду в аспекті необхідності розробки його методичного забезпечення [2].

Процес виробництва продукції рослинництва в сучасних умовах має ефективність за умови раціонального та добре організованого управлінського обліку, який являє собою організований аналітичний облік виробничих витрат підприємства даного виду продукції відповідно до об'єктів обліку. Так як формування оперативної інформації – основне завдання управлінського обліку, то її потік у галузі рослинництва формується за такими принципами:

- з'ясування інформаційних потреб, враховуючи управлінські напрями галузевої структури виробництва;
- відображення об'єктивних процесів виробництва, обігу, розподілу та споживання;
- раціонального чи нераціонального використання природних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів;
- недопущення дублювання в первинній інформації;
- оперативність інформації управлінського обліку й аналізу, яка формується на основі передачі первинних даних з кожного об'єкта виробничо-господарської діяльності підприємства;
- поєднання потоків інформації з різних джерел, а також планових та оперативних даних [3].

Доцільним у покращенні організації управлінського обліку виробництва продукції рослинництва буде виділення в бухгалтерії спеціалізованого апарату управління, який би, в свою чергу, розподілявся за окремими його видами.

Наприклад, сектори обліку та управління витратами, обліку та управління доходами й результатами діяльності, економічного аналізу та прогнозування, бюджетування [4]. Тому, завданнями управлінського апарату в розрізі виробництва продукції рослинництва є: складання кошторисів та внутрішніх звітів із витрат виробництва даного виду продукції; облік фактичних і нормативних витрат з визначенням відхилень від норм та їх розподіл за видами продукції; здійснення оперативного аналізу і контролю; розробка прогнозів і варіантів управлінських рішень з оперативного регулювання діяльності; доведення отриманої інформації до керівництва підприємством [4].

Успішне ведення управлінського обліку виробництва продукції рослинництва ґрунтується на визначенні з найдоцільнішою системою рахунків бухгалтерського обліку, яка є важливим методологічним засобом організації управлінського обліку та ефективного прийнятті рішень керівниками сільськогосподарських підприємств [5]. Вона повинна вміщати рахунки з усіма елементами обліку виробництва продукції рослинництва.

Ведення на підприємствах моделі управлінського обліку у виробництві продукції по галузях (в т. ч. і в рослинництві), як окремої ділянки, яка враховує організаційні й галузеві особливості та дані про виробничі та технологічні процеси, дасть змогу прискорити швидкість отримання та опрацювання інформації та є запорукою своєчасного й раціонального прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://search.ligazakon.ua>.
 2. Жук В. М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки : [монографія] / В. М. Жук. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2009. – 648 с.
 3. Яцишин І. М. Управлінський облік і аналіз у галузі рослинництва : [монографія] / І. М. Яцишин. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 72 с.
 4. Белова І. М. Побудова управлінського обліку в рослинництві у світлі вимог МСФЗ, П(С)БО 30 «Біологічні активи» та галузевого управління // Бухгалтерський облік і аудит. – 2015. – № 3. – С. 184-191.
 5. Іванюта П. В., Левченко З. М. Внутрішньогосподарський (управлінський) облік у виробничих підрозділах сільськогосподарських господарюючих суб'єктів: [навч. посібник]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 368 с.
-

КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЙОГО ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

*Перепада В. О.,
магістрант факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Дорошенко О. О., кандидат економічних наук*

У сучасних умовах господарювання перед суб'єктами економічних відносин надзвичайно гострим постає питання ефективного управління господарською діяльністю та максимально ефективного використання наявних фінансових ресурсів.

Серед видів дебіторської заборгованості на підприємствах найбільшу частку займає дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги. Такий вид дебіторської заборгованості, як відомо, являється складовою оборотного капіталу і представляє собою вимоги до фізичних чи юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, послуг.

Відсутність контролю за дебіторською заборгованістю з боку керівництва призводить до погіршення фінансового стану підприємства, а саме зниження платоспроможності внаслідок недоотримання грошових коштів. В результаті чого відбувається збільшення кредиторської заборгованості та виникає загроза погіршення результатів діяльності та розвитку підприємства в цілому[1].

Досить часто при оцінці рівня дебіторської заборгованості порівнюють її фактичний розмір у звітному періоді з попередніми періодами. На основі такого аналізу роблять висновок про абсолютну величину відхилення, темпи зростання (скорочення), а також зміни у структурі дебіторської заборгованості. Проте для того, щоб біль «широко» оцінити рівень та динаміку дебіторської заборгованості, варто провести порівняння її фактичного рівня та темпу зростання зі зміною загальної вартості майна, зміною рівня оборотних активів, темпами зростання (скорочення) чистого доходу тощо.

Тому управління дебіторською заборгованістю на підприємстві, у першу чергу, пов'язано з оптимізацією і забезпеченням інкасації дебіторської заборгованості по розрахунках за реалізовану продукцію.

Питання ефективного управління дебіторською заборгованістю впливає на економічну діяльність підприємств особливим чином: дебіторська заборгованість, яка протягом тривалого часу не повертається, перш за все погіршує фінансовий стан підприємства, тобто відбувається погіршення платоспроможності підприємства, внаслідок недоотримання грошових коштів. Крім того, відбувається уповільнення оборотності грошових коштів. Унаслідок дії цих факторів збільшується кредиторська заборгованість підприємства перед своїми постачальниками.

Таким чином, для досягнення оптимальної величини дебіторської заборгованості та забезпечення своєчасного її погашення перед фінансовими менеджерами на підприємстві постає питання розробки та впровадження дієвої

системи кредитної політики [3].

Кредитна політика, як складова фінансової політики підприємства в цілому, спрямована на збільшення обсягів реалізації послуг та оптимізацію дебіторської заборгованості підприємства. Тому, саме вона визначає порядок дій підприємства щодо комерційного кредитування замовників (покупців) і розробляється в межах управління дебіторською заборгованістю підприємства.

Кредитну політику підприємства визначають такі параметри:

- Максимальний період інкасації;
- Ліміти кредитування за строками у % від очікуваного доходу;
- відсоток за комерційний кредит;
- знижка за умови попередньої оплати.

Також, дуже часто на практиці, щоб правильно визначити термін дебіторської заборгованості використовують середній термін оплати рахунків дебіторів, в днях (DSO) – один з найважливіших елементів аналізу дебіторської заборгованості. Середній термін оплати рахунків дебіторів або період обороту дебіторської заборгованості показує середнє число днів, необхідну для стягнення (інкасування) заборгованості [2]. Концепція, яка лежить в основі визначення цього співвідношення – середній строк платежів обчислюється з точністю до одного дня, і затримка ким із клієнтів оплати понад цей термін може спонукати компанію до деяких дій. Крім того, фактичні терміни оплати легко порівнювати з тими нормативами, які керівництво встановлює, тобто за допомогою цього показника можна контролювати ефективність роботи з клієнтами.

Таким чином, для ефективного функціонування підприємства необхідно постійно контролювати динаміку обсягів і структуру дебіторської заборгованості, розробити ефективну кредитну політику й аналізувати вплив результатів цієї політики на динаміку таких показників: ліквідності, оборотності дебіторської заборгованості, прибутковості. Також необхідно проводити якісний аналіз результатів управлінських рішень, що стосуються кредитної політики.

Список використаних джерел

1. Бабаєв В.Ю. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / В.Ю. Бабаєв, І.О. Гальченко // Теорія та практика державного управління. – 2011. – №2 (33). – С. 203–209.
 2. Боярко І. М. Оптимізація дебіторської заборгованості підприємства / І. М. Боярко // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – № 9. – С. 19–25.
 3. Прус Л.Р. Управління дебіторською заборгованістю суб'єктів господарювання / Л.Р. Прус // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №1. – Т.2. – С.126–131.
-

ПОДАТКОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК МЕТОД ОПТИМІЗАЦІЇ ПОДАТКОВИХ РОЗРАХУНКІВ

*Петракій Н. О.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

Науковий керівник –

Аранчій В. І., кандидат економічних наук, професор

Для досягнення максимального фінансового результату своєї діяльності кожен суб'єкт господарювання намагається зменшити свої витрати і видатки, тому видатки на сплату податків – не виключення. Більшість підприємців і менеджерів взагалі вважають, що видатки на сплату податків є не обов'язковими, не продуктивними, які не приносять доданої вартості, тому всякими методами намагаються їх мінімізувати.

Виокремлюють три основні підходи мінімізації податкових платежів: ухилення від сплати податків, уникнення податків та податкове планування, з яких єдиним легальним є податкове планування.

Податкове планування – це система заходів підприємства (фізичної особи), спрямована на максимальне використання можливостей чинного законодавства щодо зміни терміну сплати та законної оптимізації податкових платежів підприємства з метою збільшення його доходів та прибутку [1].

Податкове планування базується на використанні можливостей, наданих податковим законодавством, шляхом корегування своєї господарської діяльності і методів ведення бухгалтерського обліку [2].

Практики та науковці стверджують про неперервну доцільність здійснення податкового планування, незалежно від стадії життєвого циклу підприємства – реєстрації, розвитку, процвітання чи занепаду (банкрутства або ліквідації).

Від методів, які використовуються, значним чином залежить ефективність податкового планування. Існують методи стратегічного та поточного податкового планування.

До головних методів стратегічного податкового планування належать: вибір місця реєстрації підприємства, його територіального розташування, юрисдикції, організаційно-правової форми та видів діяльності, визначення часток та складу засновників, формування внутрішньої організаційної структури фірми. Серед методів поточного податкового планування виділяють: вибір облікової політики фірми, форм оплати праці працівників, врахування стратегії і тактики під час укладання господарських договорів, планування податкових платежів, безпосереднє застосування схем з оптимізації податкових платежів тощо.

Характеристика основних методів податкового планування наведена у табл. 1.

Характеристика методів податкового планування [3]

Метод податкового планування	Характеристика
Зниження бази оподаткування	Використання інструментів податкового планування таким чином, щоб зменшити базу оподаткування, на яку нараховується ставка оподаткування, і відповідно мінімізувати суму податку до сплати.
Перенесення бази оподаткування	Господарсько-фінансові відносини між підприємствами, одне з яких має з певних податків менші ставки, ніж інші, або нульові ставки, організують таким чином, щоб база оподаткування зменшувалась у підприємства з більшими ставками податків.
Заміна форм господарських відносин	Заміна господарської операції із високим рівнем оподаткування на господарську операцію з нижчим рівнем оподаткування, при чому кінцевий економічний результат цих взаємозамінних операцій повинен бути однаковим або близьким за змістом.
Відтермінування податкового платежу	Перенесення моменту виникнення зобов'язань з податків, єдиного соціального внеску та інших платежів перед державою на наступний період.
Використання територій пільгового оподаткування	Реєстрація об'єкту оподаткування у так званій «податковій гавані», де режими оподаткування досить м'які.
Використання нормативних положень облікової політики	В наказі про облікову політику підприємства передбачити розділ, в якому буде описано порядок ведення податкового обліку на підприємстві, або навіть окремо затвердити по підприємству положення про облік податкових платежів підприємства.

Використання методів податкового планування дає змогу контролювати виконання податкових зобов'язань суб'єктів господарювання, підвищити ефективність податкового менеджменту та зменшити податкове навантаження.

Отже, податкове планування є єдиним легальним підходом оптимізації податкових платежів підприємства. Ефективність податкового планування значним чином залежить від обраних методів його здійснення.

Список використаних джерел

1. Ефективність методів податкового планування / І. Б. Атаманенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – С. 335-341.
2. Жук Ю.М. Оптимізація оподаткування підприємницької діяльності. / Ю.М. Жук. // Київ: Видавництво КНЕУ, 2012. – С. 62-64
3. Федішин Н. І. Методи податкового планування суб'єктів господарювання / Н. І. Федішин // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури / Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 392–394.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ

*Пилипенко Н. В.,
здобувач СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Писаренко В. П., доктор наук з державного управління, доцент*

Науковим дослідженням питань інвентаризації присвятили свої роботи багато вчених. Моссаковським В. Б. досліджено функції інвентаризації, В. Пархоменко виділено головні етапи інвентаризації, Бардаш С. В. і Усач Б. Ф. систематизували теоретичні та практичні аспекти інвентаризації. Вивчення наукових робіт, дослідження діючої практики свідчать, що й досі залишаються не розкритими ряд питань. Їх обґрунтування і практична реалізація дозволить забезпечити відповідність організації і методики інвентаризаційної роботи для підвищення ефективності внутрішньогосподарського контролю.

Мета інвентаризації – забезпечити достовірність даних бухгалтерського обліку і перевірити фактичну наявність запасів на підприємстві [1]. Під інвентаризацією слід розуміти перевірку наявності та стану об'єкту контролю, яка здійснюється шляхом спостереження, вимірювання, реєстрації та порівняння отриманих даних [2].

При проведенні інвентаризації слід дотримуватися ряду принципів, що формують підґрунтя інвентаризаційної роботи. До загальних принципів проведення інвентаризації слід віднести принципи раптовості, всебічності, повноти охоплення об'єктів, гласності, ефективності, оперативності, економічності, об'єктивності, точності, своєчасності, плановості, співставленості, безперервності, доцільності. До спеціальних: обов'язковості, виховного впливу, оцінки результатів, дотримання матеріальної відповідальності, юридичного значення результатів, попередження порушень, документального відображення [2].

Процес інвентаризації доцільно розділити на чотири етапи.

I. Підготовчий, під час якого відбувається визначення об'єктів, кількості та строків проведення інвентаризації, крім випадків, коли вона є обов'язковою [3]. Бухгалтерська служба в процесі планування інвентаризаційної роботи складають графік проведення інвентаризації, який узгоджують з керівником підприємства. Керівник підприємства підписує розпорядчий документ щодо створення постійно діючої (робочої) інвентаризаційної комісії.

II. Технологічно-документальний – це безпосередня перевірка наявності та стану матеріальних активів, правильності їх визначення, формування інформаційної бази для перевірки облікових оцінок та визначення підстав для їх подальшого перегляду [3]. На цьому етапі використовують весь комплекс

технічних прийомів інвентаризації: органолептичних, розрахунково-аналітичних, документальних.

III. Порівняльно-аналітичний, здійснюється порівняння облікових даних про матеріальні активи з фактичними, встановленими під час перевірки. Далі з метою виявлення результатів інвентаризації бухгалтерія складає порівняльні відомості, в яких фіксують розбіжності між даними інвентаризаційних описів і даними обліку. При визначенні попередніх результатів інвентаризації може бути встановлено: відповідність фактичних і облікових даних; нестачу - фактичні залишки менші від облікових; надлишки - фактичні залишки більші облікових.

IV. Підсумковий, визначають кінцеві результати інвентаризації. Підсумки перевірки розглядаються та затверджуються на засіданні інвентаризаційною комісією, відображаючи отримані результати у протоколі.

Протокол інвентаризаційної комісії у п'ятиденний строк розглядає і затверджує керівник підприємства [1]. При цьому всі прийняті рішення набувають юридичної сили і стають обов'язковими для виконання усіма працівниками підприємства.

Врегулювання виявлених відхилень фіксуються у висновках комісії, з відповідними пропозиціями. Матеріали інвентаризації передаються до бухгалтерії та є підставою для відображення отриманих результатів в обліку. Затверджені результати інвентаризації відображують у бухгалтерському обліку підприємства в тому місяці, в якому вона закінчена, але не пізніше грудня звітного року.

Отже, систематичне спостереження за рухом майна власника і роботою матеріально-відповідальних осіб проявляється в реалізації основного методу внутрішньогосподарського контролю – інвентаризації. Посилення контролю за її проведенням забезпечить високу ефективність, об'єктивність та раціональність здійснення інвентаризаційної роботи на підприємствах.

Список використаних джерел

1. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 879 від 02 вер. 2014 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14.
 2. Олійник Т. О. Інвентаризація запасів як засіб контролю за достовірністю показників обліку [Електронний ресурс] / Т. О. Олійник, І. С. Дем'яненко // Режим доступу : <http://archive.nbu.gov.ua>.
 3. Чудовець В. В. Виділення етапів інвентаризаційного процесу як важлива передумова створення ефективної методики проведення інвентаризації / В. В. Чудовець // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – №11. – С. 92 – 97.
-

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ОСНОВНІ ЗАСОБИ У ФІНАНСОВИЙ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

*Регей В. І.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент*

Склад, форми, принципи підготовки та подання фінансової звітності в бюджетних установах, загальні вимоги до визнання і розкриття її елементів визначені НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» [4].

Порядок розкриття інформації за статтями фінансової звітності розпорядників бюджетних коштів визначається Порядком заповнення форм фінансової звітності в державному секторі № 307 [6].

Інформація про основні засоби, отримані на підставі звірених даних бухгалтерського обліку відображається в активі Балансу у розділі I «Нефінансові активи» за рядком 1000 «Основні засоби». Зокрема, суму по рядку слід розрахувати за алгоритмом: залишок по рахунку - 1411 «Знос основних засобів» + 11 «Інші необоротні матеріальні активи» - 1412 «Знос інших необоротних матеріальних активів».

До рядка 1000 «Основні засоби» включено два деталізуючі рядки:

- рядок 1001 «Первісна вартість», в якому наводиться інформація з рахунку 10 «Основні засоби» (крім інвестиційної нерухомості) плюс 11 «Інші необоротні матеріальні активи»;

- рядок 1002 «Знос», в якому наводиться інформація з рахунків 1411 «Знос основних засобів» плюс 1412 «Знос інших необоротних матеріальних активів».

Відповідно до Н(П)БОДС 121 «Основні засоби» інформація про основні засоби у примітках до фінансової звітності наводиться окремо за кожною групою. У примітках до фінансової звітності наводиться інформація про:

- суму основних засобів, отриманих безоплатно.
- первісну (переоцінену) вартість і суму зносу основних засобів, щодо яких існують передбачені законодавством обмеження володіння, користування та розпорядження.
- вартість об'єкта основних засобів, що тимчасово не використовується.
- вартість повністю амортизованого об'єкта основних засобів, який ще використовується.
- вартість об'єкта основних засобів, який вибув з активного використання та утримується для продажу, передачі без оплати.

Для належного застосування бюджетними установами Плану рахунків у державному секторі [5], який було впроваджено з січня 2017 року, Мінфіном розроблено рекомендації щодо співставлення статей балансу і субрахунків бухгалтерського обліку розпорядників бюджетних коштів [2].

Кемарська Л. Г. [1] визначає, що у результаті дослідження існуючого підходу до трансформації фінансової звітності суб'єктів господарювання, врахування особливостей фінансово-господарської діяльності суб'єктів державного сектору та діючих положень щодо її обліку було уточнено зміст та послідовність етапів трансформації балансу суб'єкта державного сектору відповідно до НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності», розкрито підходи до трансформації балансу залежно від відповідності статей балансу. Шляхом зіставлення Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ та Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі сформовано схеми бухгалтерських проведення із перенесення залишків по рахунках. Ураховуючи структуру балансу згідно з НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності», запропоновано методика складання балансу суб'єкту державного сектору за формою 1-дс.

Перспективними напрямками подальших досліджень є уточнення механізму перенесення залишків по субрахунках Плану рахунків. Також подальшого дослідження і уточнення потребує відображення в балансі сальдо по рахунках 541 «Цільове фінансування розпорядників бюджетних коштів», 2315 «Рахунки для обліку депозитних сум», 6415 «Розрахунки з іншими кредиторами». Важливим напрямом подальших досліджень є розробка методики трансформації інших форм фінансової звітності.

Список використаних джерел:

1. Кемарська Л. Г. Трансформація фінансової звітності суб'єктів державного сектору / Л. Г. Кемарська. [Електронний ресурс]. - Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/17-2016/34.pdf>
 2. Лист Міністерства фінансів України «Щодо порядку складання фінансової звітності» від 28 бер. 2017 р. № 35220-06-5/8303 /// Бухгалтерія: бюджет. – 2017. - № 13 (161). – С. 7 – 9.
 3. Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку державного сектору 121 «Основні засоби», затверджене наказом МФУ від 12 жовт. 2010 р. № 1202 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua>
 4. Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку державного сектору 101 «Подання фінансової звітності», затверджене наказом МФУ від 28 груд. 2009 р. № 1541 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua>
 5. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затверджений наказом МФУ від 31 груд. 2013 р. № 1203 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
 6. Порядок заповнення форм фінансової звітності в державному секторі № 307 від 28 лют. 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua>
-

ОЦІНКА ТА ДОКУМЕНТУВАННЯ МАЙНОВИХ ВНЕСКІВ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ

**Савченко А. М.,
здобувач СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»,
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Грибовська Ю. М., кандидат економічних наук, доцент**

Оцінка майнових внесків проводиться до державної реєстрації підприємства, на підставі якої визначають частку кожного із засновників (учасників) у статутному капіталі.

Для різних форм створюваних підприємств порядок оцінки майнових внесків до статутного капіталу різний.

Відповідно до ст. 13 Закону України «Про господарські товариства», засновники товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), приватних підприємств (ПП) та інших господарських товариств без державної частки самостійно обирають механізм оцінки внесків та фіксують його в протоколі [2]. Розрізняють два механізми оцінки внесків:

1. Засновники самостійно оцінюють майно, орієнтуючись на ринкові ціни. Акт оцінки підписують усі засновники (учасники). Здебільшого окремий акт оцінки не складають, оцінку внесків затверджують протоколом загальних зборів засновників. Або в одному документі суміщають акт оцінки та акт приймання-передачі внесків (якщо внески проводять до державної реєстрації підприємства).

2. Засновники доручають проведення оцінки майна професійному оцінювачеві. У такому разі документом, що підтверджує вартість внеску до статутного капіталу, є звіт про оцінку майна (акт оцінки майна), підписаний суб'єктом оцінної діяльності [3].

Згідно із ч. 2 ст. 11 Закону України «Про акціонерні товариства» ціна майна, яке вносять до статутного капіталу, повинна відповідати його ринковій вартості [1]. Для оцінки майна необхідний професійний оцінювач, якого призначають збори засновників, або один засновник (якщо товариство створюється однією особою). У подальшому установчі збори затверджують ринкову вартість майна на підставі акта оцінки. Необхідно враховувати, що затверджена ринкова вартість може відрізнитися від вартості, визначеної оцінювачем, величина відхилення при цьому не повинна перевищувати 10 %, установчі збори повинні пояснити причину такого відхилення.

Залучення оцінювача необхідне при створенні державних або комунальних підприємств, будь-яких господарських товариств, що діють, з державною або комунальною формою власності [3].

Передачу майна від засновника (учасника) до створюваного підприємства оформляють актом приймання-передачі. Акт підписують сторони, що передають та приймають: тобто учасник (фізична особа за себе, від імені юри-

дичної особи – її керівник або уповноважена особа) і підприємство (керівник або інша уповноважена ним або зборами засновників особа).

Акт приймання-передачі внеску до статутного капіталу складають в довільній формі з дотриманням встановлених правил:

1. До акту приймання-передачі необхідно включити всі необхідні реквізити.

2. Якщо внесок здійснюється у вигляді транспортного засобу або об'єкта нерухомості, необхідно встановити наявність у засновника правовстановлюючих документів на таке майне, інформація про них наводиться в акті.

3. Зафіксувати в акті детальні характеристики майна, що передається. Наприклад, по переданому автомобілі фіксують марку, модель, рік випуску, колір, державний номер та інші характеристики. При цьому засновник повинен зняти автомобіль з обліку, а підприємство, яке отримало внесок, зобов'язане поставити його на баланс.

Майновий внесок засновника до статутного капіталу підприємства стає його власністю. Відповідно, підприємство може розпоряджатися отриманим майном на власний розсуд: продавати, дарувати, обмінювати, передавати в оренду та здійснювати інші операції. Засновник за передане майно отримує компенсацію у вигляді корпоративних прав (акції для акціонерних товариств).

Первісною вартістю основних засобів, унесених до статутного капіталу підприємства, є їх справедлива вартість, узгоджена засновниками (учасниками). Первісною вартістю нематеріальних активів та запасів визначається узгоджена засновниками справедлива вартість з урахування додаткових витрат.

Отже, майно, яке підприємство отримує як внесок до статутного капіталу, не вважається безоплатно отриманим, оскільки натомість підприємство віддає засновникам свої корпоративні права. Якщо підприємство на дату отримання внеску до статутного капіталу зареєстроване платником ПДВ, то воно може відобразити податковий кредит із ПДВ. У разі отримання нерухомості як внеску до статутного капіталу пенсійний збір не сплачують, оскільки його сплата передбачена тільки у випадках, коли нерухомість отримують за договорами купівлі – продажу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про акціонерні товариства» № 1576-ХІІ від 17 вер. 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Закон України «Про господарські товариства» № 1576-ХІІ від 19 вер. 1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Закон України «Про оцінку майна, майнові права та професійну оцінну діяльність в Україні» № 2658-ІІІ від 12 лип. 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

*Скрипник Г. М.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Ходаківська Л.О., кандидат економічних наук, доцент*

Основні засоби – це активи підприємства, що використовуються підприємством під час його господарської діяльності. Кожне підприємство має у складі своїх активів основні засоби. Відповідно до стандартів фінансової звітності виокремлено складові елементи витрат, що включаються до первісної вартості об'єкта основних засобів. За національними стандартами до складу первісної вартості основних засобів входять:

1) ціна придбання, включаючи імпортні мита та невідшкодовані податки на придбання після вирахування торговельних знижок та цінових знижок.

2) витрати, які безпосередньо пов'язані з доставкою активу до місця розташування та приведення його в стан, необхідний для експлуатації.

3) попередня оцінка витрат на демонтаж, переміщення об'єкта та відновлення території, на якій він розташований.

У разі переоцінки об'єкта основних засобів одразу здійснюється переоцінка всіх об'єктів групи основних засобів, до якої належить цей об'єкт.

Відповідно до національних стандартів амортизація основних засобів починає нараховуватись після введення об'єкта основних засобів в експлуатацію, за обраним методом [1].

Неправильна оцінка основних засобів може призвести до таких негативних наслідків як неточне нарахування амортизації, а звідси викривлення собівартості продукції, робіт і послуг, а отже і показників доходності, рентабельності підприємства, що в свою чергу може призвести до невірних висновків при аналізі діяльності підприємства і як наслідок до прийняття невірних управлінських рішень.

Відображення результатів подальших переоцінок залежить від тенденції та розміру змін справедливої вартості. У разі уцінки об'єкта, що раніше був дооцінений, сума уцінки списується на зменшення іншого додаткового капіталу в сумі, що не перевищує суму попередніх дооцінок, а сума уцінки, що залишилася, – на витрати звітного періоду. У разі дооцінки об'єкта основних засобів вона визначається як дохід звітного періоду в сумі, що не перевищує суму попередніх уцінок цього об'єкта, віднесеної на витрати, а різницю між сумою дооцінки та сумою раніше віднесеної на витрати уцінки відносять до складу додаткового капіталу.

Проведення переоцінки основних засобів спрямовано на досягнення головної мети – об'єктивного і достовірного відображення результатів діяльності підприємства у фінансовій звітності.

Переоцінка нематеріальних активів може виконуватися підприємством самостійно без суб'єктів оціночної діяльності. Переоцінка здійснюється за

справедливою вартістю на дату балансу тих нематеріальних активів, щодо яких існує активний ринок. Тобто не всі нематеріальні активи можуть бути переоцінені, а тільки такі, відносно яких можна здійснити порівняння цін. У разі переоцінки окремого об'єкта нематеріального активу слід переоцінювати всі інші активи групи, до якої належить цей нематеріальний актив [2].

Організація переоцінки об'єктів нематеріальних активів здійснюється шляхом створення комісії в кожному підрозділі підприємства з покладанням на неї відповідальності за відстежування справедливих цін на об'єкти і порівняння їх із залишковою вартістю.

Комісії оформляють свої пропозиції з переоцінки об'єктів у формі акту, який подається до бухгалтерії підприємства для остаточного ухвалення рішення. Акти переоцінки доцільно супроводжувати обґрунтуваннями справедливої вартості, в яких наводять результати дослідження цін. Інформацію про зміни первинної вартості й суми зносу нематеріальних активів заносять в реєстри їх аналітичного обліку. Якщо підприємством проведена переоцінка об'єктів групи нематеріальних активів, то надалі вони підлягають щорічній переоцінці. Переоцінена первісна вартість і накопичена амортизація об'єкта нематеріального активу визначаються як добуток відповідно первісної вартості або накопиченої амортизації та індексу переоцінки [3].

Сума дооцінки залишкової вартості об'єкта нематеріальних активів відображається у складі додаткового капіталу, а сума уцінки – у складі витрат звітного періоду.

Список використаних джерел

1 Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : Наказ Міністерства фінансів України . № 92 від 27.04.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18.10.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.

3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів : Наказ Міністерства фінансів України № 561 від 30.09.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПОТРЕБ УПРАВЛІННЯ Й ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

*Смірнова Є. С.,
студентка СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Левченко З. М., кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри організації обліку і аудиту*

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

Створення впорядкованої структури витрат підприємства вимагає здійснення економічно обґрунтованої їх класифікації за окремими ознаками. Це передбачає розподіл та узагальнення витрат за групами для представлення інформації у зручній для управління та аналізу формі.

На практиці для цілей фінансового обліку використовується класифікація, наведена у П(С) БО 16 «Витрати»[2], а для управлінських цілей (планування та калькулювання собівартості продукції) – представлена в Інструкції по плануванню обліку і калькулюванню собівартості продукції, дія якої припинена після введення в дію Наказу Міністерства промислової політики України «Про затвердження Методичних рекомендацій і формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості».

Необхідним є групування витрат за критеріями, які б характеризували різні сторони діяльності підприємства: організаційно-управлінський, обліково-аналітичний та фінансово-економічний.

Організаційно-управлінський критерій включає напрями класифікації, які забезпечують аналітичність інформації. Це дає змогу оцінювати ефективність витрат на виробництво конкретного виду продукції і за кожним центром відповідальності окремо.

Залежно від напрямку статутної діяльності підприємства відрізняються між собою за технологічним процесом, організаційною структурою, взаємозв'язками з партнерами та контрагентами, а також за взаємодією між окремими структурними підрозділами. Характерні особливості підприємства насамперед виявляються в організації виробництва, яка обумовлюється технологією виготовлення продукції, тому зміст, обсяг, вид і форму надання інформації, необхідної для управління процесом виробництва, кожне підприємство визначає самостійно [3].

Класифікація витрат за обліково-аналітичним критерієм об'єднує напрями, які враховують характер виробничого процесу, особливості продукції, що випускається підприємством. Дані аналітичного обліку використовуються

під час складання внутрішньої звітності, яка будується на інформації про види і кількість продукції, про центри відповідальності і статті витрат. Фінансово-економічний критерій (табл. 1) класифікації характеризує витрати з точки зору їх обчислення, доцільності витрачання та включення до кошторису (калькуляції)[3].

Таблиця 1

Класифікація витрат за фінансово-економічним критерієм

Класифікація витрат за фінансово-економічним критерієм	
За видами витрат	економічні елементи
	статті калькуляції
За відношенням до форм праці	витрати живої праці
	витрати уречевленої праці
За відношенням до форм вартості	трудові
	матеріальні
	грошові
За споживанням ресурсів	вхідні
	спожиті
За доцільністю витрачання	продуктивні
	непродуктивні
За відношенням до діючих норм	нормовані
	ненормовані
За метою аналізу	вичерпні
	невичерпні
За терміном обчислення	капітальні
	поточні

Представлений підхід до класифікації витрат у цілому охоплює всі сфери діяльності та узагальнює види витрат, притаманні підприємствам промислового комплексу. Запропонована класифікація витрат дасть змогу підвищити ефективність управління ними; посилити контроль їх споживання; виявити резерви підвищення результативності діяльності; вдосконалити організацію та методику обліку витрат на промисловому підприємстві.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р. - [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» від 31.12.1999 № 318 - [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
3. Коба О.В., Миронова Ю.Ю. Витрати підприємства та їх класифікація для потреб управління й економічного аналізу [Електронний ресурс] /О.В. Коба, Ю.Ю. Миронова – Режим доступу : <http://bses.in.ua>

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ СОБІВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Сокіл В.О.,
студент 2(стн) курсу СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Кононенко Ж.А., кандидат економічних наук, доцент*

Однією з найважливіших передумов формування ефективно функціонуючих сільськогосподарських підприємств є досконале управління витратами. Ефективність будь-якої підприємницької діяльності залежить від зниження витрат на одиницю продукції чи надання послуг, також зниження собівартості продукції. Основною метою діяльності будь-якого підприємства в ринкових умовах господарювання є отримання максимального прибутку. На суму прибутку, крім рівня цін, можна впливати шляхом зміни структури витрат на виробництво продукції та її обсягу. Саме тому для обрання найбільш вигідної стратегії ведення обліку витрат та формування собівартості продукції необхідно провести повний аналіз собівартості та зробити необхідні висновки [1].

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі матеріально-технічні, трудові та інші витрати у зв'язку з підготовкою, організацією, виробництвом та реалізацією продукції [4].

В залежності від мети і завдань підрахунку витрат собівартість продукції поділяють на планову, нормативну, фактичну, кошторисну, повну, виробничу та собівартість реалізованої продукції (неповна, зрізна).

Об'єктами аналізу собівартості є такі показники:

- витрати на одну гривню продукції;
- виробнича собівартість продукції за калькуляційними статтями та за елементами витрат;
- собівартість одиниці окремих видів продукції [4].

Основними джерелами інформаційного забезпечення аналізу витрат на виробництво є: фінансова та статистична звітність, первинні документи, рахунки бухгалтерського обліку, облікові реєстри, кошториси витрат, матеріали ревізій, результати аналізу витрат за попередні періоди тощо [3].

Аналіз собівартості сільськогосподарської продукції доцільно розпочати з аналізу загальної суми витрат на виробництво продукції (їх рівень за декілька років, динаміка – абсолютний приріст, темпи зростання і приросту, абсолютне значення 1% приросту). Зазвичай починають із вивчення динаміки загальної суми операційних витрат у цілому і за основними елементами. Потім бажано провести аналіз собівартості 1 грн. товарної продукції та аналіз собівартості окремих видів продукції, який дає уявлення про види товарів з найбільшою питомою вагою витрат, найменш рентабельну продукцію, на основі чого приймаються рішення про коригування співвідношення вироблення різних сортів продукції для підвищення ефективності виробництва [2].

Важливе значення в процесі управління витратами має поділ їх на постійні і змінні. Взаємозв'язок між обсягом виробництва, витратами та прибутком виражає показник виробничого леве-риджу. Він показує ступінь чутливості прибутку до зміни обсягів виробництва. Високий операційний леве-ридж характеризується значно вищим постійними витратами порівняно із змінними в структурі сукупних витрат [4].

Підприємству вигідніше, якщо на одиницю продукції припадає менша сума постійних витрат, що можливо за досягнення максимуму обсягу виробництва продукції на наявних виробничих потужностях. Якщо при спаді виробництва продукції змінні витрати скорочуються пропорційно, то сума постійних витрат не змінюється, що призводить до зростання собівартості продукції і зменшення суми прибутку [3].

На собівартість продукції впливає багато чинників, дію яких можна оцінити за допомогою факторного аналізу витрат виробництва [3].

В процесі проведення аналітичних досліджень витрати на виробництво вивчають за елементами та за калькуляційними статтями. Тому провівши загальний аналіз витрат виробництва, необхідно перейти до дослідження їх структури, а саме проаналізувавши витрати за елементами [2].

Отже, першочерговим завданням кожного підприємства є зниження собівартості продукції, що виробляється на підприємстві. Шляхи цього зниження для кожного підприємства свої, і їх потрібно визначати, виходячи зі специфіки діяльності підприємства.

Найбільш прийнятними варіантами зниження собівартості одиниці сільськогосподарської продукції вважаються: збільшення обсягів виробництва продукції при одночасному зниженні виробничих витрат; зростання кількості виробленої продукції при незмінних витратах; зростання виробництва продукції швидшими темпами порівняно із збільшенням витрат на її виробництво.

Список використаних джерел

1. Актуальні питання бухгалтерського обліку в сільськогосподарських підприємствах : [підручник] / За ред. Д. М. Фесенка. – Полтава : ВАТ «Видавництво «Полтава», 2005. – 500 с.
 2. Організація і методика економічного аналізу: [навч. посіб.] / Косова Т. Д., Сухарев П. М., Ващенко Л. О. та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
 3. Тлущкевич Н. В Облік витрат та калькулювання собівартості в сільському господарстві: теорія, методика, практика / Н. В. Тлущкевич // Економічний форум. – 2011. – № 1. – С. 11-21.
 4. Ющишина Л. О. Особливості методики аналізу витрат бізнес- процесів у рослинництві [Електронний ресурс] / Л. О. Ющишина. – Режим доступу : <http://vlp.com.ua>.
-

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Стіжко О. А.,
студентка СВО «Магістр»
спеціальності «Фінанси і кредит»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Березницький Є. В., кандидат економічних наук*

З метою удосконалення ефективності використання активів підприємство повинно забезпечити: використання у виробництві нових технологій шляхом оновлення окремих груп необоротних активів; забезпечення оптимального вибору методу нарахування амортизації по основних засобах; обрання найбільш оптимального виду фінансування активів підприємства; ефективне використання новітніх технологій та можливість отримання додаткового прибутку за їх рахунок.

Система показників використання основних засобів повинна включати дві групи: узагальнюючі, що використовуються для загальної оцінки використання усіх основних засобів; часткові, що характеризують рівень корисного функціонування окремих видів основних засобів.

Будуючи систему показників економічної ефективності використання основних виробничих фондів, слід враховувати техніко-економічні особливості галузей. При формуванні показників ефективності необхідно керуватися положенням, що всі показники перебувають у розвитку та взаємозв'язку. У процесі розробки системи показників ефективності використання основних засобів впливає необхідність вирішення двох методологічних проблем: вибору показника для виміру результатів функціонування основних засобів та показника для виміру кількості ресурсів, що використовуються.

На сьогодні відсутня єдина думка, щодо вибору показників при розрахунку фондівддачі основних засобів. Ряд вчених економістів вважають, що при розрахунку доцільно використовувати обсяг валової чи товарної продукції і первісну або відновну вартість основних засобів [1, с. 23]. Інші – обсяг валової, товарної чи чистої продукції і середньорічної вартості основних засобів. На наш погляд, більш точним буде розрахунок показника фондівддачі, і схилиємось до думки тих економістів, що використовують середньорічну вартість основних засобів.

Суттєвим недоліком, на нашу думку, показника фондівддачі є те, що він не враховує рівня використання інших елементів виробництва: землі, оборотних засобів, трудових ресурсів, а також не відображає змін, які відбуваються в собівартості: матеріаломісткість продукції, продуктивність праці. Тому, для оцінки ефективності використання основних засобів використовують, поряд з фондівддачею, рентабельність основних засобів, яку обчислюють як відношення загальної суми прибутку від виробництва продукції за рік до середньорічного розміру основних виробничих засобів. Даний показник

дозволяє врахувати якісну сторону, дослідити вплив основних засобів на продуктивність праці і розмір одержаного прибутку.

Показники фондівдачі мають встановлюватись окремо для діючих підприємств і для тих, що розпочинають свою діяльність у плановому періоді. На діючих підприємствах рівень фондівдачі визначається з урахуванням збільшення виробництва продукції внаслідок повного освоєння проектної потужності та її запланованого приросту за рахунок технічного переозброєння і реконструкції підприємств.

Фондівдача на підприємствах, що розпочинають свою діяльність у запланованому періоді, визначається з урахуванням термінів введення в дію основних виробничих фондів і нормативів їх освоєння. Характерною особливістю показника фондівдачі є те, що його зменшення не завжди свідчить про зниження ефективності виробництва. Водночас його зростання завжди свідчить про підвищення ефективності виробництва. Так, впровадження у виробництво нової техніки нерідко призводить до зниження фондівдачі. Однак це не може бути основною для того, щоб стверджувати про зниження ефективності використання основних засобів, оскільки ефективно їх використання може характеризуватися не зростанням рівня фондівдачі, а економією поточних витрат виробництва і живої праці.

Поряд із показником фондівдачі використовують і показник фондомісткості. Він характеризує вартість основних виробничих засобів, яка припадає на одиницю вартості виробленої продукції. Виділяють повну і пряму фондомісткість, яку можна визначати на основі даних міжгалузевого балансу основних фондів. Повну фондомісткість визначають, коли обґрунтовують обсяги капітальних вкладень [2, с. 95]. Однак найточніші розрахунки забезпечуються методом прямого розрахунку на основі статистичних даних первинного обліку. Цей показник є найбільш зручним для підприємств, що мають однакову структуру виробництва, спеціалізацію та звужений асортимент продукції.

До найважливіших вимог, що стоять перед показниками ефективності використання основних засобів слід віднести: оперативність, простота, зрозумілість, точність, повнота даних; незалежність від факторів, які не відображають господарську діяльність досліджуваного підприємства; показники повинні характеризувати ефективність використання засобів в галузі і знаходитись в єдності з аналогічними показниками по народному господарству в цілому; показники повинні враховувати наявність різних господарських структур, що базуються на різних формах власності.

Отже, система показників повинна віддзеркалювати ефективність використання і відтворення, характеризувати співвідношення між зростанням основних засобів і підвищенням продуктивності праці, затратами уречевленої та живої праці на виробництво продукції. Удосконалення системи показників зумовлюється необхідністю аналізу динаміки ефективності використання основних фондів відповідних галузей.

Список використаних джерел

1. Бодина Н. И. Рациональное использование необоротных активов – залог финансовой устойчивости сельхозорганизаций / Н. И. Бодина, И. В. Бодин // Международный журнал. – 2014. – № 4. – С. 23–24.

2. Каровник С. М. Управління джерелами формування необоротних активів / С. М. Каровник // Фінанси України. – 2012. – № 9. – С. 93–97.

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ТА ЇЇ ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ

*Телятник М.Ю.,
студент 1 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Песцова-Світалка О.С., кандидат економічних наук, доцент*

Підприємства ставлять за свою мету максимізацію прибутку. Заради цього вони намагаються продати свій товар за максимально вигідною ціною, мінімально використовуючи ресурси. Досить часто підприємці байдуже ставляться до уподобання споживача, рівня його доходу, наявності товарів-замінників при встановленні цін. Це досить часто обертається банкрутством фірми. Щоб уникнути цього, потрібно зважати на ці чинники та підстроювати рівень цін своїх товарів під них.

Навіть зараз не вдається повністю дослідити залежність встановлення цін від різних чинників, що зумовлює актуальність цієї теми.

Метою дослідження є обґрунтування важливості використання концепції еластичності на практиці.

Розрахунки еластичності попиту за ціною мають досить широке практичне використання як для прогнозування споживацьких витрат, так і для проведення цінової політики фірми. Для продавця важливо знати, скільки грошей споживач готовий витратити на придбання даного товару при рівному рівні ціни на нього, адже витрати споживача є ні чим іншим, як валовим доходом продавця [3, с. 214].

Досить часто здійснення економічних дій вимагає постійних витрат. Тоді прибуток підприємця буде залежати тільки від обсягу виручки, тобто від тієї кількості грошей, яку погодяться сплатити покупці за запропонований товар. Класичним прикладом такої ситуації є проведення концерту на стадіоні. Витрати організаторів на оренду арени, гонорар артистам, рекламу тощо практично не залежать від кількості глядачів, що прийдуть на концерт, тому можуть розглядатися як постійні. З іншого боку, кількість глядачів, а отже, і виручка, залежать від цін на квитки. Чим мають керуватися організатори, встановлюючи ціни на вхідні квитки?

Можна виходити з того, що ціни мають бути такими, щоб максимально заповнити стадіон, не залишаючи жодного вільного місця. Однак при цьому не обов'язково буде досягнуто максимальної виручки. Якщо попит на квитки

нееластичний, то через підвищення ціни зменшиться кількість глядачів меншою мірою, ніж зростуть ціни, а тому загальна виручка зростатиме. Це продовжуватиметься доти, доки не буде досягнуто одиничної еластичності. Подальше підвищення ціни призведе до зменшення кількості глядачів і, як результат, – до зменшення виручки. Таким чином, виручка досягається максимального значення при одиничній еластичності попиту [2, с. 243].

Перехресна еластичність показує відсоткову зміну в кількості придбаних товарів X у відповідь на одновідсоткову зміну ціни будь-якого товару Y . Вона має важливе значення для виявлення щільності зв'язку між спорідненими товарами та для визначення меж галузі (групи підприємств, що виробляють подібну продукцію).

Еластичність попиту за доходом показує ступінь зміни попиту на товар, зумовлений зміною доходу споживача. Дослідження еластичності попиту за доходом потребує аналізу структури товарів з позиції поділу їх на нормальні (попит на які зростає у міру зростання доходів споживачів) та нижчі (попит на які зменшується у міру зростання доходів споживачів) [2, с. 230].

Дослідження еластичності попиту товарів важливе не тільки для фірми, а й для економічної політики держави. Виробництво більшої частки товарів (в загальній структурі) з високим коефіцієнтом еластичності попиту чинить сприятливий вплив на економіку та сприяє зростанню добробуту.

Важливою сферою застосування концепції еластичності є політика оподаткування. Звичайно податки встановлюються на товари та послуги, попит на які нееластичний, що дозволяє збільшити податкові надходження. Якщо попит на товар еластичний, встановлення чи підвищення податку може призвести до скорочення податкових надходжень [1].

Отже, концепція еластичності попиту має важливе практичне значення, оскільки впливає на формування та обґрунтування цінової політики підприємства. Ефективна цінова політика підприємства залежить від ретельного аналізу інформації про витрати виробництва і реалізації продукції, поведінку покупців, дії конкурентів. Так, якщо попит еластичний, доцільно використовувати методи цінової конкуренції, оскільки зниження ціни приведе до збільшення обсягу продажу товару і загального доходу підприємства. При нееластичному попиті ефективнішими виявляються методи за допомогою яких здійснюється поліпшення якості товару, рівня сервісу, інтенсифікація рекламної діяльності.

Список використаних джерел

1. Малиш О. М. Економічні методи обґрунтування доцільності і допустимих границь зниження цін на продукцію споживчого сектору. / О. М. Малиш // Проблеми формування ринкової економіки: Міжвідомчий науковий збірник. – Вип. 10. – К. : КНЕУ, 2016. – С. 192-201.
 2. Малиш О. М. Концепція еластичності попиту та її практичне застосування при обґрунтуванні товарно-цінової політики концерну «Чексіл». / О. М. Малиш // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. – Вип. 2(9). – К. : КНЕУ, 2015. – С. 436-444.
 3. Павленко А.Ф. Маркетингова цінова політика: Монографія. / Павленко А.Ф., Корінь В.Л. – К. : КНЕУ, 2016. – 332 с.
-

ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Телятник М.Д.,
студентка 3 курсу СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Єгорова О.В., кандидат економічних наук, доцент*

Поняття «рентабельність» походить від слова «рента», що в загальному вигляді означає дохід. Виходячи з цього, рентабельність це прибутковість. Раніше, термін «рентабельність» означав саме ступінь віддачі від використання факторів виробництва. Зокрема, відомий американський вчений-економіст П. Самуельсон вказує, що рентабельність є безумовним доходом від чинників виробництва, як винагорода за підприємницьку діяльність, технічні нововведення та удосконалення, за вміння ризикувати в умовах невизначеності [1, с. 135]. Частина авторів визначають рентабельність як відносну величину, що характеризує прибуток або її норму. Зокрема, В. Я. Горфінкель і В. А. Швандар відзначають, що рентабельність являє собою відносний показник прибутковості, що показує ефективність розвитку підприємства [3, с. 394]. А. Д. Шеремет визначає рентабельність як «основний показник ефективності господарської діяльності» [2, с. 280].

Отже, рентабельність – це інтегральний показник, який відображає ефективність роботи підприємства, що націлене на отримання прибутку у короткостроковій перспективі, і який вказує на якість управлінських рішень, що стосуються фінансової, операційної та інвестиційної діяльності підприємства.

Рентабельність підприємства формується під впливом великої кількості взаємопов'язаних факторів, які впливають на результати діяльності підприємства різноспрямовано: одні – позитивно, інші – негативно. Виходячи з того, що будь-який господарюючий суб'єкт є одночасно і суб'єктом, і об'єктом економічних відносин, необхідно розрізняти фактори зовнішнього середовища (незаплановані) і фактори внутрішнього середовища (плановані).

Зовнішні умови можна розглядати як певні сили (чинники), які діють за межами підприємства. Деякі з цих чинників впливають на діяльність підприємства суттєво, деякі незначно, вплив зовнішніх сил може бути тимчасовим або постійним, безпосереднім або опосередкованим, передбачуваним або не передбачуваним, проявлятися швидко або повільно. На дію окремих зовнішніх чинників підприємство може певною мірою реагувати, а деякі є повністю неконтрольованими.

Основними складовими макросередовища, які впливають на рентабельність підприємства, є економічне, політико-правове, соціальне, природно-екологічне, науково-технічне, інформаційне і міжнародне.

До основних зовнішніх макроекономічних факторів формування рентабельності відносять:

– розмір цін, що встановлюються постачальниками, ціни і тарифи на

транспортні послуги, ремонтне, комунальне господарства, енергоносії;

- ємкість та кон'юнктура ринку;
- розвиток конкуренції;
- регулювання державою діяльності підприємств: податкова й кредитна політика держави, ставка відсотка за кредит;
- стан економіки держави;
- рівень інфляції;
- ступінь політичної стабільності;
- демографічна ситуація в країні;
- платоспроможний попит споживачів;
- розвиток діяльності громадських організацій споживачів товарів і послуг, розвиток профспілкового руху.

На рентабельність аграрних підприємств суттєво впливають природно-екологічні умови, які формують спеціалізацію підприємства, валовий збір та урожайність сільськогосподарських культур і, відповідно, їх собівартість і рентабельність

До основних мікроекономічних факторів формування рентабельності підприємства відносять його віддаленість від пунктів реалізації продукції та постачальників, наявність та стан шляхів, наявність постійних покупців, банкрутство конкурентів, можливість одержання додаткових матеріально-технічних ресурсів, можливості кооперації з іншими товаровиробниками та інтеграційних зв'язків.

Отже, загалом кількість факторів підвищення рентабельності є значною. Результати аналізу впливу елементів зовнішнього середовища використовують для визначення стратегії діяльності підприємства на ринку. Тобто, підприємство повинно стимулювати дію позитивних чинників, використовувати надані їм можливості. До факторів, які не піддаються змінам, підприємство повинно пристосовуватися, змінюючи асортимент товарів, цінову політику і т.д. Правильне маніпулювання впливами цих факторів та поєднання в продуманій плановій стратегії дозволить максимізувати рентабельність роботи підприємства.

Список використаних джерел

1. Самуельсон П. Э. Микроэкономика / пер. с англ. О.Л. Пелявского. – М. : Вильямс, 2009. – 752 с.
 2. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А. Д. Шеремет. – 2-е изд., доп. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 374 с.
 3. Экономика предприятия: учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 670 с.
-

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ТА БАЗА ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ

**Фесак І. А.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Зоря С. П., кандидат економічних наук, доцент**

Реалії сьогодення дають підстави стверджувати, що для нормального функціонування будь-якої ланки управління необхідним є оперативність та максимальна результативність прийняття управлінських рішень, правильність та своєчасність яких ґрунтується на використанні фінансової інформації, що всебічно характеризує стан діяльності підприємства. Відсутність таких даних стає перешкодою на шляху прийняття оптимальних рішень щодо підвищення ефективності функціонування та розвитку як підприємства, так і країни в цілому. Вище зазначене, актуалізує підвищення уваги до фінансової звітності підприємства в системі інформаційного забезпечення управління фінансами підприємства.

В системі управлінських рішень підприємства, що функціонує в реальному секторі економіки, особливе місце посідають фінансові рішення, наслідки прийняття яких безпосередньо чи опосередковано впливають на всі напрямки діяльності підприємства: матеріальне забезпечення, виробництво, збут, інвестиційну діяльність, кадрову політику тощо. Базою для прийняття фінансових рішень є результати фінансового аналізу. А запорукою достовірного і ефективного аналізу є наявність джерел аналітичної інформації, найголовнішим з яких є фінансова звітність. Фінансова звітність – бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період [3, с. 226].

В той же час, в сучасній економічній літературі не існує єдиного підходу до трактування фінансової звітності. Враховуючі існуючі підходи до вираження змісту даного поняття, що знайшли своє відображення як у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених, так і в нормативній базі, що безпосередньо стосується сфери фінансів, нами сформовано власне бачення даної категорії. Так, під фінансовою звітністю слід розуміти інформаційну платформу бухгалтерської звітності, якій належить головна роль в задоволенні інформаційних запитів внутрішніх та зовнішніх користувачів з метою ефективного та професійного управління фінансами підприємства.

Порядок складання фінансової звітності до березня 2013 р. регулювалося відповідними Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Міністерство фінансів України наказом від 07.02.2013 р. № 73 затвердило Національні положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (далі – НП(С)БО 1), яким встановлено нові: форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»; форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів»;

форма № 4 «Звіт про власний капітал»; Примітки до річної фінансової звітності (форма № 5), що складаються у відповідності до Наказу Міністерства фінансів України від 29.11.2000 р. № 302 «Про Примітки до річної фінансової звітності»; додаток до приміток форма № 6 «Інформація за сегментами» складається відповідно до П(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами» [2].

Підвищення ролі фінансової звітності є результатом розширення кола суб'єктів управління фінансами підприємства, які беруть безпосередню участь як у процесі прийняття інвестиційних та поточних господарських рішень, так і лише зацікавлених у максимальній прибутковості та рентабельності діяльності підприємства, окупності капіталу в цілому спираючись на дані фінансової звітності.

Ефективність управління фінансами підприємства значною мірою залежить від повноти, достовірності, своєчасності та доречності інформації, що стосується характеру та обсягу здійснюваних господарських операцій, наявності та використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, джерел отримання фінансових результатів діяльності та напрямів розподілу і використання прибутку. Ключовим джерелом такого інформаційного забезпечення є фінансова звітність, яка формується на основі спеціальних процедур обробки, групування і підрахунку даних і складається на завершальній стадії облікового процесу.

Отже, фінансова звітність є не лише надійним джерелом інформації щодо реального фінансово-економічного стану підприємства та його місця в конкурентному ринковому середовищі, а й слугує інструментом контролю й базою для генерації управлінських рішень в контексті формування та реалізації загальної фінансової стратегії розвитку підприємства. Подальші наші дослідження будуть стосуватися формування пропозицій підвищення якості фінансової звітності, її змістовності та оперативності даних з метою забезпечення ефективності управління фінансами підприємства.

Список використаних джерел

1. Безверхий К. В. Деякі питання порядку складання вітчизняної фінансової звітності підприємств в контексті законодавчих змін / К. В. Безверхий, Т. В. Бочуля // Облік і фінанси. – 2013. – № 3 (61) – С. 26–28.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. / [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

3. Фінансовий менеджмент : [підруч.] / [В. П. Мартиненко, Н. І. Климаш, К. В. Багацька, І. В. Дем'яненко, та ін.] ; за заг. ред. Т. А. Говорушко. – Львів «Магнолія 2006», 2014. – 344 с.

ЕЛЕМЕНТИ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ

**Фролов О. В.,
здобувач 1 курсу СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів**

Науковий керівник –

Тютюнник С. В., кандидат економічних наук, доцент

Згідно ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» облікова політика визначається як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [3]. Її мета – розробка системи бухгалтерського обліку, дані якого формують фінансову звітність. Міністерство фінансів України затвердило Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства [4]. Ними мають право керуватися будь-які юридичні особи, крім банків, бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства застосовують МСФЗ.

Основними завданнями, які стоять перед обліковою політикою підприємства в частині обліку власного капіталу, є [1, с. 38]: забезпечення даних та узагальнення інформації про стан і рух власного капіталу; контроль за правильністю і законністю його формування; своєчасне, повне, достовірне відображення розміру і всіх змін складових власного капіталу; контроль за раціональним розподілом прибутку за відповідними фондами; організація аналітичного обліку на рахунках власного капіталу для своєчасного отримання достовірної інформації; правильне відображення в регістрах обліку і звітності операцій з власним капіталом. Згідно з Методичними рекомендаціями до елементів облікової політики стосовно власного капіталу відноситься база розподілу витрат за операціями з інструментами власного капіталу [4]. Інструменти власного капіталу – це контракт, який підтверджує право на частину в активах підприємства, що залишається після вирахування сум за всіма його зобов'язаннями. До них належать прості акції, частки та інші види власного капіталу [2, с. 188]. Згідно з п. 24 П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» інструменти власного капіталу можуть визнаватися одночасно з визнанням фінансового активу і фінансового зобов'язання або при списанні іншого інструмента власного капіталу. До операцій з інструментами власного капіталу належать: 1) операції з випуску інструментів власного капіталу; 2) операції з придбання інструментів власного капіталу.

Згідно з п. 27 П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» та Методичними рекомендаціями № 635 базою розподілу можуть бути: кількість акцій; сума операцій тощо. Облікова політика щодо власного капіталу може включати:

1. В частині складових власного капіталу, що формують власний капітал: а) зареєстрований (пайовий) капітал – порядок формування та оцінки внесків; порядок вибуття активів і визначення розміру належного їм внеску; співвідношення з іншими видами власного капіталу; б) додатковий капітал –

джерела формування; порядок відображення приросту майна за рахунок використання коштів прибутку як джерела фінансування; порядок використання капіталу, утвореного внаслідок переоцінки майна; порядок використання інших видів додаткового капіталу; емісійний дохід; в) резервний капітал – порядок створення, джерела формування; розрахунок щорічних відрахувань; порядок використання; г) нерозподілений прибуток – джерела формування; напрями розподілу, в т. ч. на виплату дивідендів; порядок розподілу та використання прибутку при ліквідації, реорганізації товариства.

2. В частині складових власного капіталу, що зменшують власний капітал: а) неоплачений капітал – порядок відображення внесків акціонерів до статутного капіталу; порядок відображення зобов'язань акціонерів з оплати вартості акцій; б) вилучений капітал – розміщення акцій на етапі емісії; викуп акцій власної емісії; продаж та перепродаж викуплених акцій власної емісії; анулювання акцій власної емісії; в) непокриті збитки – порядок списання та джерела списання.

Таким чином, у Наказі «Про облікову політику підприємства» повинні бути передбачені такі положення щодо власного капіталу: національні положення (стандарт) бухгалтерського обліку та інші нормативно-правові документи, якими керується підприємство при веденні обліку власного капіталу; склад і встановлення порядку вибуття учасників і визначення розміру частки належного їм капіталу; номенклатура робочих бухгалтерських документів з обліку власного капіталу; побудова аналітичних рахунків з обліку власного капіталу відповідно до робочого плану рахунків; порядок формування, проведення щорічних відрахувань та використання фондів спеціального призначення; оцінка внесків і порядок зміни зареєстрованого капіталу; порядок розподілу чистого прибутку; організація та порядок проведення внутрішньогосподарського контролю (інвентаризації) в частині складових власного капіталу.

Список використаних джерел

1. Варічева Р. В. Облікова політика як інструмент організації бухгалтерського обліку власного капіталу на акціонерних товариствах / Р. В. Варічева, К. П. Боримська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – № 3(43). – С. 37-49.

2. Верига Ю. А. Облікова політика підприємства [текст] : навч. посіб. / Верига Ю. А., Кулик В. А., Ночовна Ю. О., Іванюк С. Ю. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 312 с.

3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

4. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені наказом Міністерства фінансів України № 635 від 27 черв. 2013 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ КУКУРУДЗИ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

*Хожій В. О.,
студент СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник –
Романченко Ю. О., кандидат економічних наук, доцент*

Облік виробництва – одна з найбільш відповідальних і трудомістких ділянок обліку сільськогосподарських підприємств. Важливість облікової інформації даної ділянки обумовлюється її необхідністю для управління процесом виробництва.

Основні завдання, які повинні бути вирішені при організації обліку процесів виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема кормових культур зводяться до такого:

- раціональна організація документообігу, яка забезпечить своєчасне і правильне оформлення первинних та зведених документів щодо витрат виробництва окремо по структурних підрозділах і підприємству в цілому;
- повне відображення в обліку продуктивних і непродуктивних витрат на вирощування сільськогосподарських культур з метою оперативного контролю за ними;
- достовірний облік виходу продукції основного виробництва в розрізі підрозділів та в цілому по підприємству за її видами з урахуванням сортів та їх якісних показників;
- контроль за фактичним рівнем витрат порівняно з їх нормативами та бюджетами по кожному структурному підрозділу та підприємству в цілому;
- виявлення та аналіз відхилень у натуральних, трудових і грошових одиницях виміру за статтями витрат, місцями їх виникнення, причинами та винуватцями в разі виявлення суттєвих відхилень;
- систематизація інформаційних потоків стосовно виробничих витрат для прийняття поточних і стратегічних управлінських рішень.

Основними нормативними актами, що визначають порядок обліку надходження і вибуття біологічних активів рослинництва, є П(С)БО 30 «Біологічні активи» [4] та МСФЗ 41 «Сільське господарство» [3].

Зокрема, в основу П(С)БО 30 «Біологічні активи», що врегульовує питання обліку сільськогосподарської діяльності в Україні, покладений МСФЗ 41 «Сільське господарство».

Методологія визначення фінансового результату від сільськогосподарської діяльності запропонована П(С)БО 30 є не тільки складною за процедурами, а й необґрунтованою, виходячи з теоретичних концепцій визначення фінансових результатів виробничої діяльності. Разом із тим, методологія за МСБО 41 порівняно з П(С)БО 30 має кращу (хоча далеко не досконалу) теоретичну платформу врахування в результатах господарювання цінностей, які

є важливими для економіки. Сучасне управління агропромисловим виробництвом вимагає від керівників підприємств розробки методики визначення витрат та контроль за рівнем собівартості продукції [1].

У сучасних ринкових умовах для оптимального ведення обліку витрат на вирощування кукурудзи аграрні підприємства обирають один з двох варіантів – або вдосконалення системи управління витрат та методики прийняття управлінських рішень, що орієнтований переважно на ринок, або вдосконалення калькулювання собівартості та системи контролю за витратами по кожному виду продукції, що орієнтований на виробництво [5]. І в першому, і в другому варіанті першочергова роль належить первинному відображенню витрат, що проявляється через документи, в яких згруповані всі витрати на виробництво продукції таких культур

Отже, проведені дослідження дають підстави стверджувати, що в практичній діяльності аграрні підприємства ведуть облік витрат виключно з метою визначення собівартості продукції для контролю за правильністю використання ресурсів та оцінки ефективності своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Іжевська О. О. Облік сільськогосподарської діяльності за П(С)БО 30 та МСФЗ 41 / О. О. Іжевська // Актуальні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, аудит та фінансування: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції викладачів, молодих учених та студентів 27-28 листопада 2014 р. – Херсон: Гринь Д.С., 2014. - С. 156 -157.

2. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: затв. наказом Міністерства аграрної політики України від 18 травня 2001 р. № 132. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 41 [Електронний ресурс] – Режим доступу : «Сільське господарство». http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_027.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» № 790 від 18 лист. 2005 р. [Електронний ресурс] / Бібліотека бухгалтера. – Режим доступу : <http://www.pro-u4ot.info>.

5. Садовська І. Б. Організація управлінського обліку і контролю вирощування зернових культур: Монографія. / І. Б. Садовська, І. І. Бабіч, Н. В. Тлущкевич, І. В. Жураковська. – Луцьк : Редакційно-видавничий відділ ЛНТУ, 2009. – 295 с.

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ БАЛАНСУ – ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

*Шовкопляс А. Ю.,
здобувач СВО «Магістр»,
спеціальність «Облік і оподаткування»
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Дугар Т. Є., кандидат економічних наук, доцент*

Характерною рисою сучасного етапу розвитку економіки України є зростання значущості та цінності якісного економічного аналізу й оцінки стану господарюючих суб'єктів у процесі підготовки та обґрунтування різноманітних управлінських рішень. Функціонування сучасних українських підприємств відбувається в умовах невизначеності та обмеженості фінансових ресурсів, що підвищує відповідальність менеджерів за якість рішень, які ухвалюються. Тому актуальним стає завдання створення єдиної методологічної бази для обґрунтування управлінських рішень та оцінки стану підприємства як внутрішніми, так і зовнішніми учасниками економічного процесу.

Неодмінною умовою повного якісного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства є вміння читати фінансову звітність, і, зокрема, основну її форму - бухгалтерський баланс. Важливо розуміти економічне втримання кожної балансової статті, способів її оцінки, ролі в діяльності підприємства, характеру змін сум по тій або іншій статті й значення цих змін для оцінки економіки підприємства.

Уміння читати бухгалтерський баланс дає можливість тільки на підставі вивчення балансових статей одержати значний обсяг інформації про підприємство .

Актуальним є оволодіння методикою аналізу балансу. Воно дозволить об'єктивно оцінити ефективність господарської діяльності й виробити обґрунтовані управлінські рішення з метою виявлення й використання резервів поліпшення функціонування всіх виробничих ресурсів підприємства. Уміти читати баланс повинні керівник підприємства, працівники економічних і інших служб для рішення найрізноманітніших питань.

Економічний аналіз фінансування господарської діяльності підприємства починається з оцінки його фінансового стану за даним балансу. Доцільно аналізувати порівняльні дані, які включають в себе показники за два або більше періоди, це дає можливість виявляти такі тенденції, що в свою чергу дозволяють ідентифікувати фактори котрі є визначальними в діяльності підприємства.

Експрес-аналіз проводиться за даними фінансової звітності, та основною його перевагою є швидкість і простота розрахунків. Залежно від об'єму вихідної інформації, головної мети й завдань дослідження експрес-аналіз може проводитися з різним ступенем деталізації. Основними цілями експрес-аналізу фінансового стану є загальна оцінка діяльності підприємства, його

фінансового стану, виявлення "слабких місць" і напрямів подальшого поглибленого оцінювання.

Поглиблений аналіз конкретизує і доповнює окремі процедури експрес-аналізу. При цьому ступінь деталізації залежить від цілей та мети такого аналізу. Метою поглибленого аналізу є детальна характеристика майнового і фінансового стану підприємства, результатів його діяльності у минулому і звітному періодах, а також можливостей його розвитку.

Одним із найважливіших етапів фінансового аналізу є оцінювання майнового стану підприємства, що дає змогу визначити абсолютні та відносні зміни статей балансу за певний період, прослідкувати тенденції їх зміни та окреслити їх структуру.

Аналіз і оцінювання ліквідності та платоспроможності підприємства здійснюють з метою завчасного попередження можливих фінансових ускладнень на підприємстві, оскільки в умовах конкуренції і ринкової нестабільності практично кожне підприємство може стати банкрутом.

Ліквідність та платоспроможність розраховуються за даними балансу і відображають відповідні характеристики у певний момент часу. Показники цієї групи дають уявлення про те, наскільки ефективно підприємство здійснює свою діяльність, контролює свої витрати, і який чистий прибуток при цьому забезпечується [].

Формування бухгалтерського обліку пройшло тривалий еволюційний шлях. Його зміст і будова змінювались залежно від форм власності, рівня продуктивних сил та розвитку виробничих відносин суспільства. Кожному етапу розвитку суспільства властива своя побудова балансу, який поділявся за відповідними ознаками. До найтипівіших ознак (починаючи з 1925 року) в Україні відносили: джерела складання; строки складання; обсяг даних; зміст; форму.

За джерелами складання розрізняли інвентарні, книжні та генеральні баланси; за строками складання баланси поділялись на вступні, операційні, ліквідаційні; залежно від обсягу інформації баланси поділяли на прості, складні і зведені; за змістом баланси поділялись на сальдові, оборотні, результатні, проміжні, шахові та порівняльні.

Фінансовий стан підприємства є найважливішою, узагальнюючою характеристикою ефективності функціонування підприємства. Використання інструментів фінансового аналізу та оцінки у цілях економічного управління підвищить обґрунтованість і надійність управлінських рішень, забезпечить методологічну єдність системи оцінки стану підприємства як внутрішніми, так і зовнішніми учасниками економічного процесу.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07 лют. 2013 р. - [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

3. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз: [навч. посіб.] / Ю. М. Тютюнник; частина 1. – Полтава : ПДАА, 2009. – 406 с.
4. Шморгун Н. П., Головка І. В. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. – К. : ЦНЛ, 2008. – 528 с.
-

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА П(С)БО 7 ТА МСБО 16

*Яреська О.О.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»,
факультету обліку та фінансів*

*Науковий керівник –
Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент*

В Україні останнім часом дедалі більш зростає значення принципів ведення бухгалтерського обліку, а саме принципу достовірності, прозорості та зрозумілості інформації для всіх потенційно зацікавлених користувачів.

Дослідженням порівняння міжнародних стандартів з національними щодо основних засобів належать праці таких науковців: С. Голова, Ю. В. Азаровської, О. В. Єфеменка, І. Жонлера, Л. М. Руденка та ін.

В Україні вимоги до ведення бухгалтерського обліку щодо основних засобів регулюються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» (далі – П(С)БО 7), у міжнародній практиці – Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» (далі – МСБО 16).

Згідно з П(С)БО 7, основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [2].

Відповідно до МСБО 16, основні засоби – це матеріальні об'єкти, що їх:
а) утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг для надання в оренду або для адміністративних цілей; б) використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду [1].

Як бачимо, визначення дуже подібні, але що стосується класифікації основних засобів, то можна виділити відмінності (рис. 1).

Основні засоби надходять на підприємство в результаті: капітальних інвестицій (будівництво або придбання); фінансової оренди; безоплатного отримання (подарунку); внесків засновників до статутного капіталу; обміну (на подібні або неподібні).

Спірним питанням також є амортизація земельних ділянок. Згідно П(С)БО 7 вартість земельних ділянок не амортизується, натомість у МСБО 16 говориться про те, що «у деяких випадках земля може мати обмежений термін корисної експлуатації, тоді її амортизують методом, який відображає вигоди, що мають бути отримані від неї» [3].

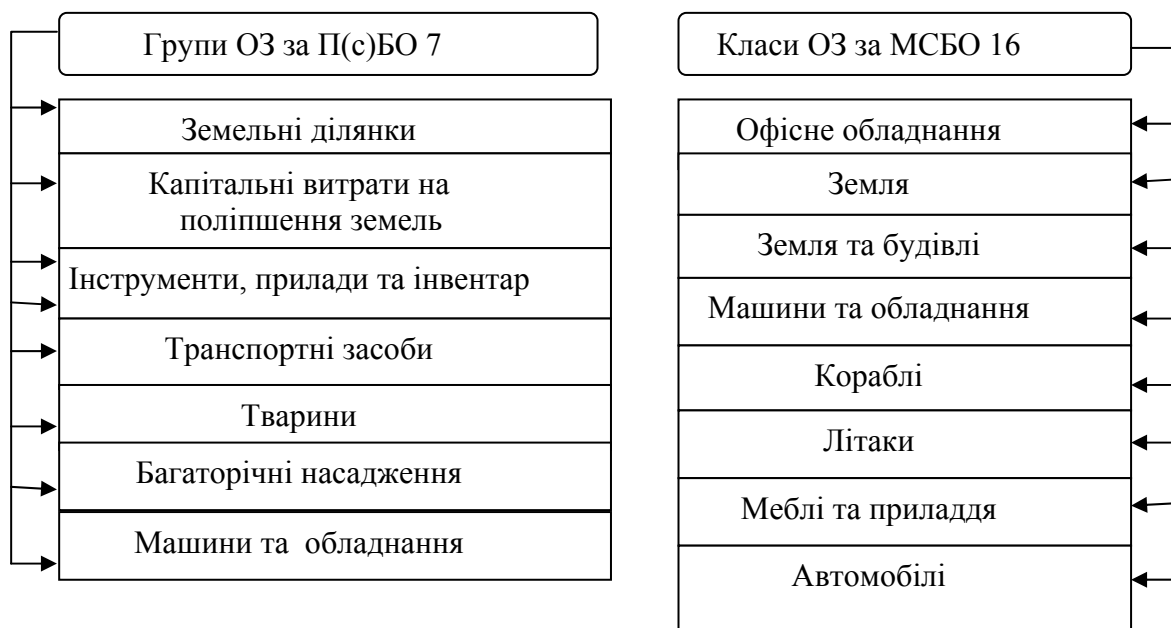


Рис. 1. Порівняльна класифікація основних засобів

Вибуття основних засобів як в національних, так і в міжнародних стандартах може здійснюватися на основі продажу, але у П(С)БО є ще безоплатна передача, невідповідність критеріям визнання активу, а у МСБО – виключення активу з використання без очікування економічних вигід його вибуття.

Отже, між національними і міжнародними стандартами бухгалтерського обліку можна спостерігати певну схожість. Але П(С)БО 7 вимагає певних змін і доповнень як термінології, так і сфери його застосування. Виконання цих вимог ліквідує певні неузгодженості щодо обліку основних засобів.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16) «Основні засоби» від 01.01.2012 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

3. Руденко Л. М. Відмінності в обліку основних засобів за МСБО 16 і П(С)БО7 [Електронний ресурс]/ Л. М. Руденко // Бизнес и налоги. – Режим доступу: <http://biznesinalogi.com/vidminnosti-v-obliku-osnovnix-zasobiv-za-msbo-16-i-psbo-7>.

Підсекція філософії, історії та педагогіки

СТРАТЕГІЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

*Коваленко Г.О.,
студентка 2 курсу
факультету економіки та менеджменту
Науковий керівник –
Подлесна Г.В., кандидат психологічних наук, доцент*

Традиційно поведінка описується як поєднання дій, обумовлених навичками, що склалися, звичками і конкретною ситуацією, і вчинків, що вимагають боротьби мотивів, прийняття рішення, зміст яких перевершує зміст ситуації.

Стратегії поведінки в значимих ситуаціях – це особливі поведінкові синдроми, що характеризуються актуалізацією адаптивних механізмів психічної саморегуляції.

Стратегії поведінки залежать від міри значущості для особистості ситуації, яка зумовлює усвідомлений або неусвідомлений вибір тієї або іншої стратегії, що відрізняється від зазвичай властивого особистісного способу поведінки.

Адекватність стратегій поведінки в значимих ситуаціях обумовлюється адаптивними можливостями особистості, особливостями сприйняття і оцінки нею значимій для неї ситуації. Крім того, на поведінку людини багато в чому впливає приклад (ідентифікація, або поведінка, орієнтована на приклад, за Я. Грацем). Вплив можуть робити особистісні особливості носія прикладу, що мають мотиваційний вплив, або його поведінкові характеристики, що містять у собі, окрім можливості мотиваційного впливу, певне "керівництво до дії".

У західній психології проблема поведінки, що спільно володіє, описується поняттям "копінг-поведінка" (coping - behavior), під якою розуміються постійно когнітивні, що змінюються, і поведінкові спроби впоратися із специфічними зовнішніми і внутрішніми вимогами, що оцінюються як напруга або що перевищують наявні ресурси людини по співволодінню з ними.

Виділяють активну і пасивну копінг-поведінку. Активною є поведінка, спрямована на упорядочення або уникнення загрози (боротьба або відступ), призначене для зміни стресового зв'язку з фізичним або соціальним середовищем. Інтрапсихічні форми подолання стресу, що є захисними механізмами, призначеними для зниження емоційної напруги раніше, ніж зміниться ситуація, розглядаються як пасивну копінг-поведінку.

При співволодінні з важкими ситуаціями виділяють дві основні функції копінг-поведінки: вирішенні проблеми, що становить суть протиріччя ситуації, і регулювання негативного емоційного стану, що виникає у важкій ситуації. На основі цих функцій виділяють як мінімум два критерії ефективності

копінг-поведінки: об'єктивний і суб'єктивний, В якості першого прийнято розглядати критерій досягнення мети, який виражений в отриманні певного результату при реальному дозволі проблеми, доступному спостереженні. Суб'єктивний критерій пов'язаний з психологічним благополуччям людини і збереженням його засад емоційно-позитивного самопочуття, яке забезпечує нормальне функціонування у важких життєвих ситуаціях.

Таким чином, долаючи поведінку можна розглядати як загальну, глобальну особистісну спрямованість активності у відповідь на важку життєву ситуацію і як конкретніші "підходи" до важкої ситуації, види реакцій на неї, способи дії в ній.

На основі багатоосьової моделі "поведінки подолання" С. Хобфолла, в основі якої лежать дві основні осі (просоціальна – асоціальна, активна – пасивна) і одна додаткова вісь(пряма – непряма), нами визначені конструктивні і деструктивні стратегії поведінки. Введення осі "просоціальна – асоціальна" ґрунтується на тому, що : 1) більшість життєвих стресорів є міжособистісними або мають міжособистісний компонент; 2) навіть індивідуальні зусилля із подолання мають потенційні соціальні наслідки; 3) дія подолання часто вимагає взаємодії з іншими людьми. Введення осі "пряма – непряма" дозволяє диференціювати копінг-поведінку крізь призму проблемно-орієнтованих зусиль (прямих або маніпулятивних).

Так, моделі долаючої поведінки "вступу в соціальний контакт" і "пошук соціальної підтримки за своїм змістом є конструктивними, але, оскільки вони не припускають активного подолання важкої ситуації самою особистістю, їх можна віднести до групи пасивних стратегій.

Моделі долаючої поведінки "імпульсивні дії", "агресивні дії" і "асоціальні дії" знаходяться на протилежному полі: вони активні, але деструктивні.

До активних конструктивних стратегій подолання важких ситуацій відноситься модель волаючої поведінки "асертивні дії". На думку ряду дослідників, конструктивне подолання (копінг) є і активним, і про соціальним. Активне подолання в сукупності з позитивним використанням соціальних ресурсів(контактів) підвищує стресостійкість людини.

Протилежними до асертивних дій з змісту являються моделі поведінки "обережні дії" і "уникнення".

Цікавими видаються моделі долаючої поведінки "маніпулятивні дії" і "імпульсивні дії". Залежно від того, наскільки негативною є техніка маніпулювання по відношенню до об'єкту маніпуляції, маніпулятивні дії можна віднести і до конструктивних і до деструктивних стратегій, крім того, від усвідомленості застосування залежатиме активність або пасивність цієї стратегії. Імпульсивні дії також носять біполярний характер.

Таким чином, про вдале подолання важкої ситуації і ефективної адаптації можна говорити у тому випадку, якщо особистість у своїй поведінці використовують активну просоціальну стратегію подолання, оскільки тільки в цьому випадку вона накопичує індивідуальний досвід адаптації до умов професійної діяльності, що змінюються.

Пасивна стратегія подолання стресових ситуацій (конструктивні моделі поведінки: вступ в соціальний контакт, пошук соціальної підтримки, деструктивні, – обережні дії, збіг) властива адаптивним особистостям, які підкоряються зовнішнім обставинам у вигляді виконання соціальних вимог, очікувань, норм. Вона відноситься до професійно-нейтрального способу вирішення проблемної ситуації, оскільки деструктивний характер виражений неяскраво, за певних умов існує потенціал конструктивного вирішення.

Для пасивної стратегії характерні процеси самопритосування, підпорядкування особистості інтересам і вимогам середовища. Такі люди не упевнені у своїй професійній компетентності, виявляють ригідність в освоєнні нових способів самореалізації, не готові до зміни способу життя.

Активна стратегія (конструктивна модель поведінки: асертивні дії, деструктивні, – агресивні дії, асоціальні дії, імпульсивні дії). Активно-конструктивна стратегія подолання з оптимістичним світоглядом, стійкою позитивною самооцінкою, реалістичним підходом до життя і добре вираженою мотивацією досягнення. Ці люди віддають перевагу конструктивному способу вирішення труднощів професійної діяльності, подальший професійний саморозвиток.

Активно-деструктивні стратегії подолання властиві невротизованному типу особистості. Такі люди, як правило, відрізняються амбітністю, схильні агресивно протиставляти себе оточуючим. Низький рівень професійного самовизначення не дозволяє ним вийти за межі безперервного потоку повсякденної професійної діяльності, звільнитися від власних егоцентричних установок. Це призводить до того, що людина починає сприймати агресію як природний прояв людської природи. Нерідко агресія переслідує яку-небудь позитивну для людини мету, але обраний спосіб поведінки є невдалим і призводить до погіршення ситуації.

При реалізації афективно-агресивної стратегії поведінки події сприймаються однобоко, гнучкість відсутня, що призводить до вироблення деструктивного способу подолання труднощів професійної діяльності, а це ускладнює пошук позитивних варіантів вирішення криз професійного становлення. Агресивність підвищується за рахунок накопичення негативних емоцій і стає засобом боротьби проти невизначеності, в якій може зустрітися небезпека.

Деструктивні стратегії професійного розвитку обумовлені відсутністю над органічною структурованості і зв'язаності окремих моментів життя, екстернальною спрямованістю особистості, астеничності, низьким рівнем оптимізму, переважанням в планованій діяльності похмурих прогнозів. У цих стратегіях переважають механізми психологічного захисту, зокрема примітивні види захисту.

Стратегія уникнення характеризується наполегливим прагненням до самореалізації в непрофесійній сфері. Людина при цьому домагається певного самоствердження, але внутрішньо переживає власну неспроможність у вирішенні кризи професійного становлення. Для багатьох людей, що дотриму-

ються цієї стратегії, характерні занижена самооцінка, підвищена запальність, схильність до фаталізму, професійна байдужість і відчуженість.

Відхід або втеча з важкої ситуації може здійснюватися не лише в практичній, але і в психологічній формі, за допомогою внутрішнього відчуження ситуації або пригнічення думок про неї. Це властиво індивідам, що пережили багато розчарувань і невдач, внаслідок чого, будучи досить здатними, вони відмовляються від просування по службі, а свій спосіб визначають як останню лінію захисту.

Таким чином, професійний розвиток особистості досягається за рахунок здійснення активної стратегії поведінки в критичних професійних ситуаціях. В процесі конструктивного професійного розвитку особистості росте її цілісність, інтегративність психічної організації, посилюється взаємозв'язок різних властивостей і характеристик, накопичуються нові потенції розвитку. Інші стратегії професійного розвитку сприяють розвитку професійно обумовлених деструкцій (стагнації, деформації).

Список використаних джерел

1. Моляко В. А. Творческая конструктология (про- глемены). – К.: Освіта України, 2007.
 2. Минигалиева М. Р. Стратегии понимания психологом клиента. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова <http://www.psychology.ru/lomonosov/tesises/ht.htm>
 3. Панок В. Г. Стратегія розвитку психологічної служби системи освіти України: Метод, посібн. – К.: Ніка-Центр, 2004.
 4. Помиткін Е. О. Психологія духовного розвитку особистості: Монографія. – К.: Наш час, 2005.
 5. Рибалка В. В. Аксиологічні основи психологічної культури особистості: Навч.-метод, посібн. – К.: АПН України, Ін-т пед. освіти і освіти дорослих; Ін-т обдарованої дитини; АПН і МОН України, Укр. наук.-метод. центр практич. психології і соц. роботи, 2009.
 6. Фромм Э. Бегство от свободы / Пер. с англ. А. Лактионова. – М.: АСТ, 2009.
-

ПРОФЕСІЙНА І СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВЧЕНОГО

***Костогряз К.П.,
студентка I курсу СВО «Магістр»
факультету агротехнологій та екології
Науковий керівник –
Ільченко А.М., кандидат педагогічних наук, доцент***

В сучасному суспільстві наука стала не просто однією з продуктивних сил національних господарств і світового господарства в цілому, вона, по суті, є чи не найпотужнішою з цих сил, якщо не безпосередньо, то, у всякому разі, побічно, як універсальне джерело нових досягнень. Наука є основою соціального й економічного розвитку країни, технічного прогресу. Особлива відповідальність у науковій діяльності лягає на творців науки, на вчених, які прокладають шлях до виникнення, в основному, позитивних наслідків своєї роботи, але іноді й негативних [1]. Саме це й зумовило вибір теми даної тези.

Метою дослідження є теоретичний аналіз основних етичних цінностей науковця та доведення, що вчений несе відповідальність за свої відкриття перед самим собою та суспільством.

Проблема відповідальності вченого перед суспільством вже давно привертає до себе увагу. Вона складна і різноманітна, включає чималу кількість факторів, що тісно сплітаються з більш широкою проблемою етичних аспектів. Як зазначав В.І. Вернадський, вчений не повинен закривати очі на наслідки своєю наукової роботи, якими б вони не були [2]. Тому, основними етичними принципами наукової діяльності, які визначаються сучасними вченими залишаються: 1) самоцінність істини; 2) новизна наукового знання; 3) свобода наукової творчості; 4) відкритість наукових результатів; 5) організований скептицизм.

Вчений у своїй діяльності природним чином несе відповідальність загальнолюдського характеру; за повноцінність виробленого ним наукового «продукту». Від нього очікується бездоганна вимогливість до достовірності матеріалу, коректність у використанні роботи своїх побратимів, строгість аналізу й міцна обґрунтованість зроблених висновків. Це елементарні, самі собою зрозумілі сторони відповідальності вченого, так би мовити, його персональна етика [3].

До норм наукової етики належать: дотримання правил здобування та відбору точних даних; надійна організація захисту та зберігання цих даних; ясне і повне документування всіх важливих результатів.

Відповідальність вченого є зворотним боком свободи його наукової творчості. З одного боку, відповідальність немислима без свободи, з іншого – свобода без відповідальності стає свавіллям.

Професійна і соціальна відповідальність вченого включає в себе відповідальність перед іншими науковцями, науковим співтовариством уцілому, а також відповідальність перед суспільством. Така відповідальність надзвичайно зростає, коли мова йде про вирішення глобальних екологічних, демографічних, біологічних та інших проблем. Коли чіткі моральні критерії втрачає сучасний вчений, озброєний усією міццю сучасної техніки і підтримуваний всіма «активами» сучасних держав, коли він «в інтересах науки», а не з моральності, а часто і з суто «естетичного» інтересу до «справи» винаходить набори отрут, атомне, бактеріальне, психопатогенне – це смертельно для людства, не кажучи про те, що може бути смертельно й для науки [4].

Немає сумніву, що у випадку глобальних проблем, криз вченим не раз доведеться звертатися до своєї совісті, закликати почуття відповідальності, щоб знайти правильний шлях подолання виникаючих загроз. І, зрозуміло, справа громадської совісті учених світу, спільної відповідальності – всіляко боротися з причинами, що викликають шкідливі, згубні наслідки, направляти наукові пошуки на виправлення шкоди, що може бути причетною до виникнення тих чи інших глобальних проблем. В даний час привертають все більш пильну увагу такі широкі форми громадського руху, якими є Міжнародна федерація вчених, їх професійні об'єднання в окремих країнах, виникнення організацій з чітко вираженою спеціальною метою.

Отже, наукова діяльність сучасного вченого вимагає дотримання основних етичних принципів, норм, врегулювання відносин науковців між собою та суспільством, пріоритету моральних вимірів науки, професійної та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Баєв А.А. Геном людини: деякі етико-правові проблеми сьогодення і майбутнього / А.А. Баєв // Людина, 1995. – № 2 . – с.5-8.
 2. Вернадский В.И. О науке. Том 1. Научное знание. Научное творчество. Научная мысль / В.И. Вернадский. – Дубна: Изд. центр «Феникс», 1997. – 576 с.
 3. Докінз Р. Егоїстичний ген / Р. Докінз. – М.: Світ, 1993. – С. 23-29.
 4. Лазар М.Г. Етика науки / М.Г. Лазар. – Л.: ЛДУ, 1985. – 125с.
-

ФІЛОСОФСЬКІ ПОГЛЯДИ ДЕМОКРИТА

**Лукаш А. Ю.,
студентка 1 курсу факультету ТВППТ
Науковий керівник –
Якубенко О.П., кандидат історичних наук, доцент**

Демокрит (Демокрит) Абдерський – давньогрецький філософ-матеріаліст, засновник атомістичної гіпотези пояснення світу, що розглядав можливість існування нескінченного числа неповторних світів.

Демокрит розвинув учення про атоми свого вчителя філософа Левкіппа, що є головним досягненням демокрітової філософії. За Демокритом фізичні атоми неподільні, але подумки в них можна виділити певні частини – точки, які не мають ваги і які не можна від атома відторгнути. Атоми рухаються у великій пустоті, вдаряються один об одного, та тримаються разом, утворюючи різні тіла. Різні тіла – це різні комбінації атомів. Різноманітність тіл спричинена різноманітністю складених атомів.

Принцип ізономії – це чітка констатація принципу інерції — основи всієї сучасної фізики. [1, с.28]

Принципи ізономії:

- Існують атоми різних форм і розмірів (в тому числі з розміром в цілий світ).

- Всі напрямки та всі точки у Великій Пустоті рівноправні.[2, с.43]

-Атоми рухаються у Великій Пустоті в будь-яких напрямках і з будь-якими швидкостями. Для філософії Демокріта характерний твердий детермінізм - заперечення випадковості; все, по Демокриту, закономірне і має свої причини. Філософ стверджував, що люди вигадали ідол випадку, щоб користуватися ним як приводом, який прикриває їх власну нерозсудливість. Демокрит виділив два ступені пізнання: почуттєвий досвід, який виникає внаслідок витікання від об'єктів прозорих матеріальних образів, які попадають в наші органи почуттів і мислення.

У методології Демокріта уперше в історії пізнання системно використаний раніше недостатньо чітко усвідомлюваний аксіоматичний метод. Концепція математичного атомізму Демокріта логічно послідовно витікала з атомізму фізичного і підтверджувала правомірність усієї системи теоретичної математики. У межах цієї концепції було отримано багато видатних результатів, серед яких особливо слід зазначити заслуги Демокріта як одного з фундаторів методу нескінченно малих.

Демокріт прихильник концепції множинності світів. Наш світ Земля – центр Космосу, тому не рухається ні в якому напрямку, проте інші світи можуть рухатись в будь-якому напрямку, так як всі напрямки рівноправні.

В соціально-політичних поглядах Демокріт був прихильником демократичного устрою держави, стверджуючи, що бідність у демократії настільки краще так званого благополуччя громадян при царях, наскільки свобода краще рабства.

Філософія Демокріта не допускає абсолютності зла, ставлячи мудрість засобом досягнення щастя.

Послідовно матеріалістичну позицію Демокріт займає і в питанні про природу душі і пізнання.

Демокріт ввів в етику первинні розробки таких понять, як совість, тобто вимога соромитися своїх власних ганебних вчинків, борг і справедливість.

Етична концепція Демокріта зберігає ту основну характеристику, яка властива всій античній філософії, - споглядальність.[3, с.67]

Усуваючи все, що перешкоджає блаженному стану духу, виявляючи ідеал етичного життя, Демокріт не бачить у філософії засобу перетворення існуючого суспільства.

Таким чином, Демокріт першим в старогрецькій філософії вводить в науковий оборот експліцитно сформульоване поняття причини і розвиває систему матеріалістичного детермінізму.

Список використаних джерел

1. Данильян О.Г. Філософія: підручник / О.Г.Данильян, В.М.Тараненко. Х: Право, 2011. - 312с.
 2. Філософія: хрестоматія (від витоків до сьогодення): навч.посібник/ за ред.акад.НАН України Л.В. Губерського. - К:Знання, 2012. - 621с.
 3. Ярошовець В.І. Історія філософії. Словник / за ред. д.ф.н. В.І.Ярошовця. - К : Знання України, 2012, 1087 с.
-

УЧАСТЬ ПОЛТАВСЬКОГО ОПОЛЧЕННЯ У ВІЙНІ 1812 РОКУ

*Маханькова М.О.,
студентка 1 курсу СВО «Магістр»
факультету ветеринарної медицини*

*Науковий керівник –
Макарець С.В., кандидат історичних наук, доцент*

Яскравою сторінкою історії українського народу стала його участь у подіях російсько-французької війни 1812 р., у ході якої українці не тільки брали участь у розгромі ворожого нашестя, а й намагалися повернути козацькі волюнності, втрачені у XVIII ст. [1, с. 47].

Спочатку царський уряд відводив Україні роль постачальника продовольства та фуражу. Але значна перевага французів у живій силі, поставила на порядок денний питання створення допоміжних військових формувань тимчасового характеру – земського і козацького ополчення. У зв'язку з цим Олександр I 25 червня направив малоросійському генерал-губернатору Я. І. Лобанову-Ростовському рескрипт про формування козачих полків і відправку їх в Калугу і Тулу, а 6 липня видав маніфест про створення ополчення з селян, міщан та однодворців [2, с. 196].

У ратники набиралися кріпосні селяни за спеціальною розкладкою (4 чоловіки із кожних 100 душ населення) і погодженням із поміщиком. Селяни йшли на війну охоче, сподіваючись цим заслужити звільнення від кріпосної залежності. Представники інших станів зараховувалися в ополчення добровільно. Поряд з селянськими формувалися козацькі ополчення. При цьому уряд обіцяв у випадку сприятливого закінчення війни відновити українське козацтво як військову силу.

У відповідь на урядовий маніфест у колишній Гетьманщині протягом липня 1812 р. було сформовано Українське ополчення під командуванням генерал-лейтенанта, уродженця Гадяча, Михайла Гудовича. Полтавське ополчення (начальник – генерал-майор Пилип Жевахов) включало 6 піших і 6 кінних полків загальною чисельністю 16 116 чоловік. Полтавське козаче ополчення налічувало 9 кінних полків. До формування полків були залучені відставні офіцери, серед них – Іван Котляревський, який набрав 5-й козачий полк у с. Горошині Хорольського повіту. Народ, за свідченням Івана Котляревського, «вступав в козаки з задоволенням, охоче і без найменшого суму», чого не було ніколи при проведенні звичайних рекрутських наборів [3].

Сформовані в Полтавській і Чернігівській губерніях козацькі полки в середині вересня вирушили в Калугу й Тулу, звідки були розподілені на різні ділянки безпосередньої боротьби з ворогом. Комплектуванням українських козацьких полків особисто цікавився Михайло Кутузов.

Кожен козак повинен був бути озброєний пікою, шаблею і пістолетом. Крім того, в кожному ескадроні наказувалося мати 16 штуцерів або рушниць. Все це постачало в основному саме українське населення. Так купецтво Пол-

тавшини зібрало на утримання козацьких частин 7 500 руб. Уже коли полки перебували на фронті, козацьке населення Полтавської і Чернігівської губерній, продовжуючи посилати людей для поповнення втрат у живій силі, зібрало 514 850 руб., які були розподілені між 4 чернігівськими і 8 полтавськими полками. Ще більшими були пожертвування на потреби земського ополчення. Грошові витрати в Полтавській губернії склали 2 400 000 руб. Для екіпіровки й постачання ополченців населення краю жертвувало 30 тис. чвертей борошна, 3 тис. чвертей різних круп, 21 тис. чвертей сухарів, 25 тис. чвертей вівса. Ці та інші витрати, пов'язані з війною 1812 р., значно погіршили становище людності краю, зокрема, козаків [3].

Після битви під Бородіно Полтавське народне ополчення разом з Чернігівським прикривало північні кордони Чернігівщини і частково Київщини, стримувало наполеонівські війська, які неодноразово намагалися просунути із південної Білорусії на Україну. Під час контрнаступу російської армії Полтавське народне ополчення звільнило від наполеонівських військ південну Білорусію, зайняло Могильов, з'єдналося з 3-ю армією генерала П. В. Чичагова, щоб прикрити Волинь з північного сходу. Після поразки Наполеона ополчення брало участь у закордонному поході російської армії, в блокуванні й здобутті фортець у Польщі – Нового Замостя, Модлина, Торна та ін. Кілька місяців ополченці несли гарнізонну службу на території Польщі, Німеччини, Франції [4, с. 746]. Але відразу ж після повернення ополчення в Україну урядова адміністрація російської держави розформовує полки чи реорганізовує в армійські частини. Царизм ніби «забув» свою обіцянку надати учасникам війни особисту свободу і звільнити від ряду феодалських повинностей. Натомість, використавши козаків у черговий раз для досягнення своїх власних цілей, він повернув їх до попереднього стану [5].

Список використаних джерел

1. Козлов О. Кролевчани у війні 1812 року / Олександр Козлов // Сіверянський літопис. – 2005. – № 1. – С. 47–54.
2. Гелетій В. Я. Малоросійські козацькі формування в імперській політиці Росії / В. Я. Гелетій // Проблеми історії України. Спец. випуск. – К., 2010. – С. 194–202.
3. Полтавське ополчення 1812 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://history-poltava.org.ua/?p=16946>
4. Полтавщина: Енцикл. довід. / За ред. А. В. Кудрицького. – К. : УЕ, 1992. – 1024 с.
5. Ісакова Н. П. Українське козацтво у Вітчизняній війні 1812 року / Н. П. Ісакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer35/713.pdf>

АФГАНСЬКА ВІЙНА У СПОГАДАХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ, УРОДЖЕНЦІВ КОБЕЛЯЧЧИНИ

**Онокієнко В. В.,
студентка 1 курсу факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Макарець С.В., кандидат історичних наук, доцент**

Афганська війна 1979 – 1989 рр. – збройний конфлікт між афганськими урядовими і союзними радянськими військами, що прагнули зберегти в Афганістані прокомуністичний режим, з одного боку, і мусульманський опір – з іншого. Головною причиною війни стало іноземне втручання в афганську внутрішньополітичну кризу, яка була наслідком боротьби за владу між місцевими традиціоналістами і ліворадикальними силами.

Перебування радянських військ в Афганістані та їх бойова діяльність умовно поділяються на чотири етапи:

I етап (грудень 1979 – лютий 1980): введення радянських військ в Афганістан, розміщення їх по гарнізонах, організація охорони пунктів дислокації і різних об'єктів.

II етап (березень 1980 – квітень 1985): ведення активних бойових дій, у тому числі широкомасштабних, спільно з афганськими з'єднаннями і частинами; робота з реорганізації і зміцненню збройних сил Демократичної Республіки Афганістан.

III етап (травень 1985 – грудень 1986): перехід від активних бойових дій переважно до підтримки дій афганських військ радянською авіацією, артилерією і саперними підрозділами; підрозділи спецпризначення вели боротьбу з припинення доставки зброї і боєприпасів із-за кордону; відбувся вивід 6 радянських полків на Батьківщину.

IV етап (січень 1987 – лютий 1989): участь радянських військ в проведенні афганським керівництвом політики національного примирення; продовження підтримки бойової діяльності афганських військ; підготовка радянських військ до повернення на Батьківщину і здійснення повного їх виводу [1].

Афганська війна забрала життя понад 14 тис. і покалічила більше 53 тис. радянських громадян і більше мільйона афганців. За уточненими даними, всього у війні Радянська армія втратила 14 427 чоловік. Майже кожний четвертий солдат (більше 160 тис.) був родом з України і це при цьому, що Україна була однією із п'ятнадцяти республік СРСР. І серед загиблих також кожна четверта людина родом з нашої держави (загинуло 2 378 чоловік). 60 вважаються зниклими безвісти або тими, що потрапили в полон. Поранення отримали більше 8 000 українців, з них 4 687 повернулися додому інвалідами. Із 72 осіб, удостоєних за роки «афганської» війни звання Герой Радянського Союзу, є 11 українців [2]. Серед загиблих українців 81 солдат з числа жителів Полтавської області, п'ятеро – жителі Кобеляцького району [3]. Серед загиблих на афганській землі були Сергій Тьомкін, Микола Петренко, Іван Федюра, Юрій Покотило, Валерій Білаш.

Зараз на території Кобеляцького району проживають 123 колишніх воїнів-афганців, 14 з них, на жаль, – інваліди; 17 з тих, хто пройшов Афганську війну, не дожили до цього дня. Не всі воїни-афганці зуміли адаптуватися до мирного життя після Афганістану.

Нашим солдатам говорили, що вони виконують інтернаціональний обов'язок, тобто захищають братній народ. І вони, сліпо обдурені, «наводили лад» у тій країні «вогнем і мечем». Ось як описує службу в Афганістані уродженець Кобеляччини Немировський Олексій Петрович, 1963 року народження, який проходив службу в радянській армії з 1981 по 1984 рік. «З Кобеляцького воєнкомату нас відправили на Полтаву. До Києва потягом, а до Ташкенту – літаком, від Ташкенту до Душанбе потягом і нарешті ми дісталися в місто Пяндж. В Пянджському прикордонному загоні проходив першочергову підготовку 3 місяці. Потім нас розкидали на заставах по мангрупам. Офіційно проходив службу на заставі Караул – Тюбе, ім. Самохвалова. В Афганістані були мангрупи – Талукан, Шерхан, Нанабад, які обслуговували наш загін. Коли розвідка знаходила банди в якомусь із кішлаків, збирали солдатів із застав, мангрупи десантно-штурмової групи на гвинтокрилах оточували цей кішлак і спільно з афганською армією знешкоджували банду і потім поверталися всі по своїх місцях офіційної служби. Так було кожного разу. Постійно службу в Афганістані проходили ті солдати, що служили в мангрупах».

Афганська війна – страхітливий військово-політичний прорахунок. Але ніщо не применшує героїзму наших воїнів там, в афганському пеклі. У неповні двадцять років вони проявляли чудеса мужності і героїзму, не думаючи про те, як їх оцінять і зрозуміють. Більшість із колишніх «афганців», які повернулися додому з десятирічної війни, адаптувавшись до мирного життя, і сьогодні залишаються в строю – мирною працею продовжують служити батьківщині.

Список використаних джерел

1. Коли радянські війська були виведені з Афганістану? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://genomukr.ru/rizne/26001-koli-radjanski-vijska-buli-vivedeni-z-afganistanu.html>

2. Війна в Афганістані (1979 – 1989) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_в_Афганістані_\(1979-1989\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_в_Афганістані_(1979-1989))

3. Кобеляцькі афганці відзначили річницю виведення радянських військ з Афганістану [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kob-mr.3dn.ru/news/kobeljacki_afganci_vidznachili_richnicju_vivedennja_radjanskikh_vijsk_z_afganistanu/2015-02-16-675

МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ НА РИНКУ ПРАЦІ, СТАН ПОЛІТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Панченко І.Г.,

студентка 2 курсу факультету обліку та фінансів

Науковий керівник –

Колодій О. С., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри

Молодь є однією з найбільш уразливих категорій населення на українському ринку праці. Перехід молоді від навчання до ринку праці передбачає проходження низки складних етапів: становлення особистості; пошук себе і свого місця в житті; отримання загальних знань у школі й інших навчальних закладах; набуття навичок соціальної комунікації та досвіду; перші спроби створення власної сім'ї тощо. На цьому тлі неефективність системи профорієнтації, освітньої та професійної підготовки, проблеми забезпечення продуктивної зайнятості для молоді призводить до невідповідності отриманих знань вимогам роботодавців, недостатньої якості та доступності робочих місць й підприємництва, обмежених можливостей проходження стажування на підприємствах, відсутності досвіду роботи й накопичення соціального капіталу.

За даними МОП, 75% молоді у 2012-2013 роках працювали в сфері послуг [2]. Більшість молодих працівників залучено до роботи на умовах «уразливої зайнятості» (vulnerable employment). Ідеться про роботу, яка невисоко оплачується та супроводжується іншими складними умовами. Не викликає оптимізму і майбутнє, яке соціологи змальовують для нинішньої молоді: покоління, народжене після 2000 року, не зможе повноцінно замінити нинішніх молодих працівників 15-29-річного віку (різниця між ними в 1,5 рази). Таких осіб приблизно 10 мільйонів. Звучать побоювання, що ця молодь через 15 років потрапить у складну ситуацію, якщо продуктивність праці не буде суттєво підвищено.

Згідно з даними дослідження «Перехід на ринок праці молоді України» (2014), 85,7% молоді в Україні є найманими працівниками. Понад 17,4% студентів і учнів працюють. Здобувати другу вищу освіту тим, хто працює, як свідчить практика, досить проблематично. Нинішня кадрова політика суперечить концепції навчання протягом усього життя. Ситуація може ще погіршитися з ухваленням нового Трудового кодексу: якщо працівник здобуває другу вищу освіту, то йому гарантуватиметься відпустка виключно в разі якщо його направив на навчання роботодавець. Для українського ринку праці характерне явище «надмірної освіченості» (overeducation). У 2002 році Україна встановила рекорд у Європі: 38,3% молодих людей були «надто освіченими» для роботи, яку вони виконували. Це стало можливим за умов руйнування промислового потенціалу та відносної доступності освіти. Якщо казати про сфери, де залучено працівників із недостатнім рівнем освіти, то йдеться, передусім, про законодавців, вищих держслужбовців, менеджерів (13,1%).

Цікавим є розподіл молодих працівників за доступом до соціальних гарантій. Згідно з опитуваннями, 64,3% можуть скористатися правом на щоріч-

ну оплачувану відпустку. Разом із тим, 93,8% не можуть розраховувати, що роботодавець оплачуватиме оренду житла. 13,1% молодих людей не знали, чи сплачує за них власник внески на соцстрахування. У 21% молоді тривалість робочого тижня – 50 і більше годин. 40-годинний робочий тиждень доступний для 61,4% молоді. Знайшлося місце і для парадоксів, які, однак, можна зрозуміти: 57,1% молоді залучено до неформального сектора, хоча більшість із них задоволені своєю роботою (78,3%). Особливістю вітчизняного ринку праці є те, що 80,2% працюють на неформальних робочих місцях у формальному секторі, тобто, не мають гарантій, хоча й зайняті на офіційно зареєстрованих підприємствах. Українська молодь погоджується приймати як початкові незадовільні умови зайнятості. Готовність молодих людей до надмірної експлуатації є визнаним фактом. Вони мало цікавляться регулюванням і приймають на віру цінності ринкової економіки в їхньому максималістському вираженні: «більше працюєш – більше заробляєш». У Києві відомі випадки, коли молоді люди працюють по 20 і навіть по 30 годин без перерв, тобто більше як добу! Як свідчать дані Світового банку, Україна належить до країн, де діють стимули для найму осіб віком до 25 років. Судити про ефективність державної політики, спрямованої на підтримку створення робочих місць для молоді, складно, адже тривалий час ці програми не фінансувалися. Незважаючи на безліч актів у сфері зайнятості, ефективність діяльності держави оцінюється як «недостатньо висока» [1].

Виходячи з цього, удосконалення молодіжної політики в Україні передбачає підвищення ефективності діяльності навчальних закладів на основі координації їхніх зусиль з роботодавцями для забезпечення стажування студентської та учнівської молоді, укладання договорів про працевлаштування випускників на перше робоче місце. Важливими напрямками забезпечення співробітництва роботодавців та навчальних закладів, визначеними у Стратегії розвитку державної молодіжної політики, має стати спільне формування навчальних програм, програм стажування та проходження навчальної практики, залучення роботодавців до планування навчального процесу.

Список використаних джерел

1. Перехід на ринок праці молоді України / Елла Лібанова, Олександр Цимбал, Лариса Лісогор, Ірина Марченко і Олег Ярош, Міжнародне бюро праці, Програма молодіжної зайнятості, Департамент політики зайнятості. - Женева: МОП, 2014.
 2. Global Employment Trends for Youth 2015: Scaling up investments in decent jobs for youth / International Labour Office – Geneva: ILO, 2015. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_412015.pdf.
-

ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАХИСТУ ТА ЇХ МЕХАНІЗМИ

*Редченко Р.О.,
студентка 2 курсу
факультету економіки та менеджменту*

Науковий керівник –

Подлєсна Г.В., кандидат психологічних наук, доцент

Психологічний захист носить в основному мало-усвідомлюваний характер і виникає в першу чергу в "важких" ситуаціях, що викликають почуття незадоволення. Поняття стратегій поведінки в значимих ситуаціях є ширшим і охоплює особливості поведінки в ситуаціях, що викликають як незадоволення, так і задоволення. Стратегії поведінки обираються або на несвідомому рівні, або усвідомлено. Подібно до психологічного захисту як частини випадку стратегій поведінки в значимих ситуаціях останні можуть бути адаптивними і дезадаптивними.

Ф.Є. Василюк, аналізуючи процес того, що упоралося з переживанням, називає процес подолання "вдалим" переживанням і відділяє його від "невдалого" переживання, під яким він розуміє психологічний захист.

Терміни "психологічний захист", "захисні механізми" були введені З.Фрейдом, а потім інтерпретовані, трансформовані і модернізовані представниками різних поколінь дослідників і психотерапевтів психоаналітичної орієнтації і інших психологічних напрямів – екзистенційної психології, гуманістичної психології, гештальтпсихології та ін.

Проте термін "психологічний захист" несе дещо інше смислове навантаження. Наприклад, "Словник практичного психолога" дає наступне визначення: "Психологічний захист – система регуляторних механізмів, які спрямовані на вилучення або зведення до мінімуму негативних, травмованих особистісних переживань, зв'язаних з внутрішніми або зовнішніми конфліктами, полягаючими тривоги і дискомфорту". У широкому сенсі термін "психологічний захист" вживається для позначення практично будь-якої поведінки, вилученого психологічний дискомфорт.

Механізм психологічного захисту пов'язаний з реорганізацією усвідомлюваних і неусвідомлюваних компонентів системи цінностей і зміною усій ієрархії цінностей особистості, спрямованої на те, щоб позбавити значущості і тим самим знешкодити психологічно травмуючі моменти. Психологічні захисти дозволяють зберегти почуття власної гідності і самооцінку.

Функції психологічного захисту, з однією сторони, можна розглядати як позитивні, оскільки вони оберігають особистість від негативних переживань, сприйняття психотравмуючої інформації, усувають тривогу і допомагають зберегти в ситуації конфлікту самоповагу. З іншого боку, вони можуть оцінюватися і як негативні. Дія захисту зазвичай нетривала і триває до тих пір, поки потрібний "передих" для нової активності. Проте якщо стан емоційного благополуччя фіксує на тривалий період і по суті замінює активність, то пси-

хологічний комфорт досягається ціною спотворення сприйняття реальності, або самообману.

Таким чином, психологічний захист, спотворюючи реальність з метою миттєвого забезпечення емоційного благополуччя, діє без урахування довгострокової перспективи. Її мета досягається через дезінтеграцію поведінки, нерідко пов'язану з виникненням деформацій і відхилень в розвитку особистості.

Розглянемо ті, що беруть участь у формуванні професійно обумовлених деструкцій психологічного захисту.

Проекція проявляється в несвідомому відкиданні власних неприйнятних почуттів, бажань, прагнень і перенесенні їх на іншу особистість. На думку Р.М. Грановскої, може проявлятися в перекладанні відповідальності за те, що відбувається усередині "Я", на навколишній світ. Зазвичай для проекції обирається відповідний об'єкт, що як правило, знаходиться в залежному від суб'єкта положенні. У педагогічній діяльності таким об'єктом стає учень, у сфері обслуговування – клієнт, в процесі управління – підлеглий. Саме йому співробітник приписує негативні якості, вчинки. Проекція – це форма захисту "Я", що приписує для послаблення відчуття провини власні вади і слабкості, – другим. Зміщення меж дає можливість відноситися до внутрішніх проблем так, як якби вони відбувалися зовні, і, відповідно, застосовувати до них(зазвичай краще розвинені) способи рішення "зовнішніх" проблем. Маючи позитивну самооцінку, людина упевнена в собі і не потребує демонстрації своїх особливих переваг. У нього нема бажання постійно самостверджуватися.

При низькій самооцінці людина хронічно незадоволена собою, і це запускає механізм проекції, тим самим сприяючи формуванню установки на негативне сприйняття інших людей.

У професійній діяльності проекція сприяє розвитку професійних деформацій : агресивності, авторитаризму і догматизму.

Наступним видом психологічного захисту, реалізуючим в професійній діяльності, виявляється раціоналізація. Раціоналізація пов'язана з усвідомленням і використанням в мисленні тільки тієї частини сприйнятої інформації, відповідно до якої власна поведінка виглядає як добре контролююче і що не суперечить об'єктивним обставинам. При цьому неприйнятна частина видаляється зі свідомості, особливим чином перетворюється і після цього усвідомлюється вже в зміненому виді.

Цей вид захисту використовує переконливі аргументи для виправдання своїх особових або соціально неприйнятних якостей, бажань і дій.

Прагнення уникнути нової інформації, несумісної з представленими характеристиками, що склалися, для такого виду психологічного захисту, як заперечення. Воно проявляється в ігноруванні потенційно тривожної інформації, ухиленні від неї. Людина перестає сприймати ті події, які багаті для нього неприємностями, можуть травмувати. Заперечення призводить до того, що людина намагається про щось не думати, намагається уникати ситуацій,

що загрожують йому невдачею і поразкою. Зіткнувшись з труднощами, людина активізує фільтр заперечення, намагаючись зберегти свій внутрішній світ від деформації і руйнування. На відміну від інших видів психологічного захисту, заперечення здійснює селекцію відомостей, а не їх трансформацію з неприйнятних в прийнятні, використання заперечення сприяє розвитку вивченої безпорадності, яка проявляється в звичці жити, не чинячи опору, не приймаючи відповідальності на себе.

Компенсація і її різновид гіперкомпенсація є онтогенетично найбільш пізніми і складними захисними механізмами, які розвиваються і використовуються, як правило свідомо, і характеризують соціально зрілу особистість. Саме компенсація є однією з найзріліших і ефективніших форм оволодіння складної ситуації і можливим способом саморозвитку.

Компенсація припускає спробу уявлення або знаходження заміни цієї неповноцінності. Зачіпаючи процеси емоційної і когнітивної самооцінки, компенсація частково проявляється на рівні свідомості і, отже, це допускає можливість усвідомленої рефлексії активності цього захисту. Це у свою чергу може бути використано в процесі корекційної роботи.

Компенсація спрямована на зниження почуттів суму, туги, смутку, що виникають в ситуації реальних і уявних втрат і невдач. У нормі компенсація проявляється в установці на серйозну і методичну роботу над собою, знаходження і виправлення своїх недоліків, в прагненні досягти високих результатів діяльності. Позитивним результатом компенсаторної роботи особистості є великі досягнення в інтелектуальній, соціальній, політичній і інших сферах. Проте це можливо у тому випадку, якщо у особистості виражена мотивація саморозвитку і самореалізації.

Активне використання компенсації пов'язане з певними рисами особистості, зокрема депресивністю, вираженими негативними емоційними станами і настроями.

Найчастіше компенсація і компенсаторні форми поведінки проявляються в професійному житті.

Стійке і часте використання розглянутих видів психологічного захисту, їх тісний зв'язок з дезадаптивними стереотипами мислення, хвилювань і поведінки, включення в систему сил протидії цілям саморозвитку роблять такі захисні механізми шкідливими для розвитку особистості. Загальною рисою їх являється відмова особистості від діяльності, призначеної для продуктивного дозволу ситуації або проблеми.

Таким чином, психологічний захист приймає участь в процесі розвитку професійних деструкцій і є малоусвідомлюваними стратегіями поведінки. Проведені нами дослідження показують, що психологічні захисти не беруть участь в реалізації активних стратегій поведінки.

Список використаних джерел

1. Аверченка Л.К ., Андрюшина Т.В . Психологія та педагогіка. - М.: ИНФРА-М, 1999 .
2. Годфруа Ж. Що таке психологія. Том 2. - М.: Світ, 1992.

3. Дубровіна І.В. Психологія: Підручник для студ . середовищ. пед . учеб . Закладів. - М.: СФЕРА, 2005. З. 464.
 4. Лейбин В.М. Психоаналіз. 2-ге вид. - СПб.: Пітер, 2008.
 5. Мещерякова Б.Г ., Зінченка В.П. Великий психологічний словник. – М.: Прайм-Евроснак , 2003.
 6. Фрейд А. Психологія Я захисні механізми. – М.: Педагогіка, 1993.
 7. Фрейд. З. Психологія несвідомого. – СПб.: Пітер, 2008.
 8. Голл К.С , Линдсей Р. Теорія особистості. - М.: КСП+, 1997.
-

ФІЛОСОФСЬКЕ ВЧЕННЯ ПЛАТОНА

Семеняченко В. О.,
студентка 1 курсу факультету ТВППТ
Науковий керівник –
Якубенко О.П., кандидат історичних наук, доцент

Гуманістичне спрямування в філософії, що виникло в V ст., привело до створення великого синтезуючого вчення – філософії Платона. Платон - найбільший філософ Стародавньої Греції, учень Сократа, засновник власної філософської школи - Академії, основоположник ідеалістичного напрямку в філософії. Платон - перший давньогрецький філософ, який залишив після себе ряд фундаментальних філософських творів.

Видиме не є реальне: якщо ми щось бачимо, то це зовсім не означає, що воно існує саме так, як нами сприймається. [1,с.51]

Ідеальним світом Платон називає буттям, матерію - небуттям.

Речі тілесного світу є їх проекціями, контурами, блідими подобами або, всього краще, - тінями.

Пізнання за Платоном - це пригадування душі. Пізніше цей погляд отримав назву "теорії вроджених ідей".

Душа людини складається, говорить Платон, з трьох частин: розумної, афективної чи емоційної і жаданої. Це поєднання в жодному разі не рівномірне. Якщо переважає розумна частина душі, то людина - філософ, якщо емоційна, вона - воїн, а якщо жадаюча, то - хлібороб чи ремісник.

Принципом ідеального суспільного устрою має бути відсутність приватної власності, так як вона - джерело всіх лих. Рівність виключає і заздрість, і страх, і ворожнечу. Суспільство і держава, побудовані на природному поділі праці і відсутності приватної власності, будуть процвітаючими та щасливими. Так повинно бути, але в дійсності все інакше.

Платон є засновником ідеалізму. Головними положеннями його ідеалістичного вчення є наступні:

- матеріальні речі мінливі, непостійні і з часом припиняють своє існування;

- навколишній світ («світ речей») також тимчасовий і мінливий і в дійсності не існує як самостійна субстанція;

- реально існують лише чисті (безтілесні) ідеї (ейдоси);

- чисті (безтілесні) ідеї істинні, вічні і постійні;
- будь-яка існуюча річ є всього лише матеріальним відображенням пер-вісної ідеї (ейдосу) даної речі (наприклад, коні народжуються і вмирають, але вони лише є втіленням ідеї коня, яка вічна і незмінна і т.д.);
- весь світ є відображенням чистих ідей (ейдосів). [2.с.48-50]

Платон висуває філософське вчення про тріади, згідно з яким все суще складається з трьох субстанцій: «Єдиного»; «Розуму»; «Душі».

Світ є всього лише відображенням «світу ідей». Предметом пізнання повинні стати перш за все «чисті ідеї».

Чисті ідеї неможливо пізнати за допомогою чуттєвого пізнання. Вищою духовною діяльністю можуть займатися тільки люди підготовлені - освічені інтелектуали, філософи, отже, тільки вони здатні побачити і усвідомити «чисті ідеї». [3.с.47]

Особливу роль у своїй філософії Платон приділив проблемі держави. Платон виділяє сім типів держави: ідеальне «держава майбутнього», якого поки не існує і в якому відпадає необхідність у державній владі і законах, і шість типів нині існуючих держав.

Список використаних джерел

1. Асмус В.Ф. Платон. – Киев - 2003. 280 с.
2. Данильян О.Г. Філософія: підручник / О.Г.Данильян, В.М. Тараненко. Х: Право, 2011. - 312 с.
3. Філософія: хрестоматія (від витоків до сьогодення): навч. посібник / за ред. акад. НАН України Л.В. Губерського. - К : Знання, 2012. - 621 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**Співак І.О.,
студентка 2 курсу
факультету обліку та фінансів**

**Науковий керівник –
Колодій О. С., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри**

Трансформація суспільних відносин в Україні, певною мірою, довгий час характеризувалася першочерговою увагою до економічних та політичних аспектів функціонування держави. За таких умов проблеми соціалізації не потрапляли у перелік питань, які мали пріоритетний характер у вітчизняній державній та громадській практиці. Не стали винятком і питання, пов'язані з процесом соціалізації студентської молоді. Існує певне протиріччя між загальною потребою ефективного впливу на соціалізацію молоді через розуміння соціальних чинників цього процесу, недостатнім теоретичним та емпіричним дослідженням питань, пов'язаних із соціальним становленням особистості. Ідея формування механізмів соціалізації через засвоєння соціальних знань, цінностей, умінь та навичок поведінки в соціальному житті визначає пошук

таких основ, знання яких дозволило б оптимізувати процес становлення інтересу та участі молодого покоління в сучасному українському суспільстві.

Згідно з найпоширенішим визначенням, соціалізація (від лат. *socialis* – суспільний) – це процес входження індивіда в суспільство, засвоєння та пристосування індивіда до соціально-економічних умов, рольових функцій, соціальних норм, що складаються на різних рівнях життєдіяльності суспільства, до соціальних груп і соціальних організацій, соціальних інститутів, що виступають як середовище життєдіяльності [3].

Соціалізація молоді у взаємодії з різними факторами і агентами відбувається за допомогою ряду «механізмів». Традиційний механізм соціалізації молоді являє собою засвоєння норм, еталонів поведінки, поглядів, стереотипів, які характерні для її сім'ї та найближчого оточення.

Стилізований механізм соціалізації молоді діє в рамках конкретної субкультури. Під субкультурою розуміється комплекс морально-психологічних рис і поведінкових проявів, типових для людей конкретного віку чи конкретно професійного, культурного прошарку, який у цілому створює конкретний стиль поведінки та мислення тієї чи іншої вікової, професійної чи соціальної групи. Міжособистісний механізм соціалізації функціонує в процесі взаємодії молоді людини із суб'єктивно значущими для неї особами, - ними можуть бути батьки, викладач, друг-одноліток [2].

Проблеми соціалізації молоді пов'язані із глибокими та швидкоплинними соціальними змінами, зокрема із зміною ідеологічних орієнтирів у вихованні особистості і посиленням дії стихійних чинників, що впливають на становлення сучасної молоді людини як соціальної особистості.

Особливу соціальну категорію молодих людей складає студентська молодь. Згідно з даними Держкомстату України в 2011-2012 рр. у ВНЗ I-IV рівнів акредитації навчалося 2311557 осіб, а у відповідності до чисельності населення відповідного віку кількість студентів у віці 18 років становить 60,2%, 19 років – 55,9%, 20 років – 49,9%, 21 рік – 42,3%, 22 роки – 27,2% [4]. Ця соціальна група за характером своєї діяльності, поглядами, ціннісними орієнтаціями дуже близька до інтелігенції, яка відіграє фактично головну роль у продукуванні й розповсюдженні ціннісно-нормативних орієнтирів суспільства. Підготовка студентів у вищому навчальному закладі представляє собою процес вторинної соціалізації, яка забезпечує не тільки подальший розвиток особистісних якостей, але й набуття індивідом необхідних для практики професійних знань і навичок, формування професійних, світоглядних і громадських якостей майбутнього фахівця; розвиток професійних здібностей, як передумову подальшої самостійної професійної творчості; становлення інтелекту і стабілізацію рис характеру; перетворення мотивації та всієї системи ціннісних орієнтацій; формування соціальних цінностей у зв'язку з професіоналізацією. Тобто, під час навчання у ВНЗ відбувається соціалізація студента як особистості. Демографічні та інтелектуальні характеристики студентської молоді роблять цю соціокультурну спільноту однією з найбільш ресурсноємких суспільних груп бо вік і освіта є найважливішими соціальними ре-

курсами [1]. Засвоюючи систему ролей, студенти набувають соціально значимих якостей, формують світогляд, свої цілі, мотиви, інтереси, почуття, особисті та соціально значущі потреби, розвивають різні види компетентності, в тому числі й соціальну компетентність, яка дозволить їм стати тим, ким вони мають об'єктивно стати в житті.

Ефективність механізмів впливу саме у плані управління процесом соціалізації, соціального становлення студентської молоді можна визначати лише тоді, коли вона здійснюється системно, послідовно та професійно. Водночас, це вимагає ретельного систематичного оцінювання реальних дій з метою визначення оптимальних форм і методів подальшої роботи з студентами; ефективних шляхів вирішення соціальних проблем у студентському середовищі; перспективних заходів чи акцій, спрямованих на соціальну підтримку молоді.

Список використаних джерел

1. Лукашевич М.П. Особливості соціалізації української молоді в сучасних умовах / М.П. Лукашевич // Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія – №4. – 2009. – С. 34 – 36.
 2. Пірен М. Соціалізація молоді в українському суспільстві: стан, особливості становлення / Марія Пірен, Анна Ясенова//Освіта регіону. – 2011. – № 4. – С. 267– 271.
 3. Філософський словарь / [под ред. В.И. Щербинина]. – М.: Наука, 2000. – 560с.
 4. Діти, жінки та сім'я в Україні: статистичний збірник / Відповідальний за випуск І.В. Калачова. – Держкомстат, Київ: 2012. – 349с.
-

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ НАУКОВОГО ЗНАННЯ

**Чернільник В.В.,
студентка I курсу СВО «Магістр»
факультету агротехнологій та екології
Науковий керівник –
Ільченко А.М., кандидат педагогічних наук, доцент**

У зв'язку з проникненням науки та наукових досліджень у всі сфери людської діяльності, все більш гостро постає питання розробки сучасного наукового знання. Неспинний потік наукових відкриттів, що з кожним роком лише збільшується, зумовив зростання кількості людей, які включаються до дослідницького процесу. Внаслідок цього перед філософією науки постає нове актуальне завдання – розробити структуру наукового знання, що відповідає нинішньому рівневі розвитку наукової думки. Тому, тема тези є актуальною.

Метою дослідження є теоретико-методологічний аналіз структури сучасного наукового знання та характеристика його рівнів.

Наукове знання – це система, яка включає в себе закони природи, суспільства та мислення. Саме наукове знання утворює першооснову наукової картини світу, разом з цим відображає всі закони його розвитку [2]. Нині у структурі наукового знання розрізняють три рівні: теоретичний, емпіричний та філософський [3].

Емпіричний рівень характеризується тим, що на даному етапі дослідник безпосередньо взаємодіє з об'єктом. Об'єкт на цьому рівні показаний з боку своїх зовнішніх зв'язків та ознак. Емпіричне знання не просте у своїй структурі, воно включає чотири рівні:

1) висловлювання, в яких відображаються результати одиничних спостережень;

2) знаходження фактів. Науковий факт обґрунтовує або спростовує деякі події, властивості предмета, явища, зв'язки у сфері досліджуваного явища та їх кількісну визначеність. Факти можна матеріалізувати у вигляді графіків, таблиць, діаграм та інших графічних моделей;

3) пошук та встановлення емпіричних законів різного виду;

4) феноменологічні теорії, що у своїй суті являються сукупностями великої кількості емпіричних законів. Цей рівень є апогеєм емпіричного знання [1].

Теоретичний рівень пізнання характеризується тим, що основою для дослідів предмета є знання, отримані на емпіричному рівні. На відміну від емпіричного рівня, тут предмет розглядається з боку внутрішніх істотних зв'язків та закономірностей. На цьому рівні наукове знання втілюється як проблема, теорія, гіпотеза та закон.

Проблема – форма наукового знання, що виникає в той момент, коли досліджується щось до нині не відоме.

Теорія – система знань, яка висвітлює істотні зв'язки і взаємовідносини між частинами досліджуваної реальності, описуючи їх сукупністю законів.

Гіпотеза – форма наукового знання, яка включає в себе припущення, що склалося внаслідок проведення ряду досліджень та співставлення фактів, що впливають з них. Гіпотеза потребує доказів.

Закон – знання, що відображає істотні та повторювані зв'язки між явищами у формі теоретичних тверджень.

Філософський, або, як ще його називають, метафізичний рівень наукового знання включає в себе методологію та безпосередньо філософію науки.

Методологія науки – це вчення про методи, форми і внутрішні механізми наукового пізнання. Предметом методології є: методи та операції дослідження, ідеали та норми науки, форми пізнання [3]. Саме на метафізичному рівні здійснюється взаємозв'язок між емпіричним та теоретичним рівнями наукового знання.

Важливим структурним компонентом системи наукового пізнання є методи – система певних правил, способів, прийомів та норм. Методи втілюють систему принципів та вимог, які націлюють суб'єкт пізнання на досягнення поставленої мети. За змістовими аспектами методи наукового знання поділяють на: емпіричні, теоретичні та загальнологічні. До емпіричних методів включають: спостереження, опис, вимірювання та експеримент [2]. До методів теоретичного знання відносяться: формалізація, аксіоматичний метод, гіпотетико-дедуктивний метод та сходження від абстрактного до конкретного.

До загальнологічних методів відносяться: аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукція, дедукція, аналогія та ін [4].

Аналізуючи наукове знання та його структуру, наведену вище, можемо прийти до висновку, що сучасне наукове знання має складну та багаторівневу будову. Для ліпшого та простішого її використання потрібно розробити нову систему, яка б відповідала сучасному рівневі розвитку наукової думки, при цьому не була складної у сприйнятті для широкого кола людей.

Список використаної літератури

1. Арутюнов В.С. Наука как общественное явление: Курс лекций / В.С. Арутюнов и др. М.: Рос.хим-технол. Ун-т им. Д.И. Менделеева, 2001. – 110 с.
 2. Кохановский В.П. Философия для аспирантов: Учебное пособие. Изд. 2-е / В.П. Кохановский и др. М., 2003. – 448 с.
 3. Лешкевич Т.Г. Философия науки: Учебное пособие для аспирантов и соискателей ученой степени / Т.Г. Лешкевич. – М.: Инфа-М, 2008. – 270 с.
 4. Степин В.С. Философия науки: общие проблемы: Учебник для системы послевузовского профессионального образования / В.С. Степин. – М.: Гардарики, 2008. – 382 с.
-

Іменний покажчик

Алдалаін Арабі.....	298	Грінченко Я.М.....	72
Альшател Л.А.....	26	Гроза К.С.....	74
Андрійченко О.Р.....	29	Громович Ю.Г.....	338
Андрущенко М.Ю.....	300	Гуменюк К.О.....	340
Андрущенко О.Ю.....	302	Гуняга Н.О.....	342
Арестов О.О.....	305	Дацун В.В.....	75
Асгарова А.С.....	32	Демченко В.О.....	344
Ахмедов Т.Г.....	307	Демченко Р.Г.....	346
Баклицька М.Р.....	34	Деревянко Є.О.....	248
Бархатов І.О.....	38	Джос Д.С.....	77
Беззубко Н.В.....	39	Дуболазов Л.О.....	79
Березін О.Ю.....	309	Дуденченко В.В.....	348
Березовський В.А.....	311	Дудченко Д.В.....	82, 84, 86
Берлим І.О.....	313	Дяченко А.В.....	88
Бибик Є.Ю.....	41	Єрмоленко В.М.....	350
Біда Л.М.....	44, 46, 48	Жорняк Д.В.....	352
Білей Н.С.....	315	Журавель М.В.....	354
Біленко Д.В.....	50	Загнієнко О.О.....	90, 92
Білоус С.М.....	317	Засенко В.В.....	356
Бойко А.В.....	321	Зверєва А.О.....	358
Бойко В.В.....	319	Зима Т.О.....	94
Бойко О.А.....	322	Зінченко В.С.....	360
Бондаренко В.В.....	324	Іващенко Т.А.....	97
Бондарь А.В.....	326	Ігнатченко С.М.....	98
Борщагова Н.О.....	328	Ігнашкіна О.А.....	362
Ботько С.О.....	52	Ільченко А.І.....	101
Бражник А.С.....	55	Іцкович З.Д.....	103
Будаква В.О.....	255	Йосипенко О.О.....	105
Булах О.А.....	57	Калініченко А.В.....	107
Бурій Є.І.....	59	Карабаза А.А.....	364
Буталенко Р.Р.....	257	Карпова І.Ю.....	109
Василенко М.В.....	61	Киценко О.Р.....	111
Визір В.В.....	259	Кісіль В.О.....	366
Владімірова О.В.....	330	Клюшник І.....	114
Вовковінський Ю.В.....	63	Кобченко О.М.....	244
Вотінова О.С.....	261	Коваленко Г.О.....	426
Гасанов Р.І.....	65	Коваленко О.А.....	116
Глеба О.Ю.....	332	Козик Н.О.....	368
Голик Є.В.....	334	Колішак І.М.....	370
Гомзякова В.В.....	336	Коломієць Н.С.....	372
Грига С.М.....	242	Комарова Т.І.....	245
Григоренко А.О.....	67	Кононенко А.В.....	118
Грицай О.І.....	70	Кононенко В.І.....	120

Кононенко І. В	122	Перепадченко Т.О	279
Костенко А.А	263, 264	Перепадя В.О	394
Костогриз К.П	267	Петракій Н.О	396
Костогриз К.П	429	Петренко А.І	175
Костюк І.І	374	Петріченко А.О	177
Кравченко В.Ю	124	Пилипенко Н.В	398
Крамаренко А.О	376	Писанка В.О	281
Кудря В.В	126	Плескач О.В	246
Кузьменко А	128	Подлесний А.В	283
Кургускіна Г.Л	130	Птиця Ю.М	348
Курінна А.М	132	Радченко Н.В	179
Литовка Р.В	135	Регей В.І	400
Лісний О.С	137	Редченко Р.О	439
Логвіненко С.С	139	Редька О.В	181
Логунова М.П	269	Риженко Н. С	184
Лубко К.В	141	Рись А.О	186
Лукаш А.Ю	431	Савченко А.М	402
Людвік А.Д	142	Саненко В.Г	188
Людвік А.Д	271	Сапа Т.І	250
Максименко Ю.Е	378	Сарафанніков В.В	190
Малина Р.С	380	Свириденко С.І	193
Мандалина Н.А	146	Семеняченко В.О	442
Манженко А.О	148	Сизоненко О.В	195
Марченко В.В	150	Скриль В.Ю	196
Маслівець А.О	370	Скрипник Г.М	404
Мауер Д.Р	152, 273, 382	Скрипник Р.А	198
Маханькова М.О	433	Слинько А.О	200
Меліхова Є.С	384	Сліпокінь Ю.С	203
Мироненко О.В	386	Смірнова Є.С	406
Михалкова Н.В	155	Совершенна П.С	284
Мостовий А.О	158	Сокіл В.О	408
Мошак В.О	388	Солодовник М.А	286
Нагорна Ж.В	160	Соломон Ю.В	205
Неймет П.А	163	Співак І.О	443
Ніколаєнко О.О	165	Степаненко С.Г	298
Олійник Е.Ю	390	Степенко Л.І	207
Онищенко Р.А	167	Стіжко О.А	410
Онокієнко В.В	435	Ступка В.О	209
Орехівська Т.С	392	Твердохліб Я.С	211
Орищенко Л.В	169	Телятник М.Д	414
Орловський О.О	171	Телятник М.Ю	412
Падалка Ю.В	275	Толстих А.С	213
Палій М.О	277	Труфан Я.С	215
Панченко І.Г	437	Тумановська А	218
Пасюра К.В	173	Тютюнник Л.Ю	220

Удовиченко М.С	222	Шиян Є. О	231
Фаражалла А.І.....	225	Шовкопляс А. Ю	422
Фастівець П.С	288	Якубенко О.П	233
Федорова А. Ю	290	Ямчук М	235
Фесак І. А	416	Яремчук М.О	236
Фролов О. В	418	Яреська О.О	424
Харитоненко І. А	226	Ярмош В.В	238
Хожій В. О.....	420	Ярош О.В	295
Хоменко В.М.....	228	Ярошенко А.С.....	240
Цілуйко Є. І.....	380	Dobrowolska К	251
Чернільник В.В	292, 445	Świsłowski Р	253
Шаповаленко А. С	231		

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

26-27 квітня 2017 рік

Том I

Підп. до друку 28.04.2017. Формат 60x90¹/₁₆.
Ум. друк. арк. 28,3. Обл.-вид. арк. 27,5.
Гарнітура Times New Roman Cyr.

Редакційно-видавничий відділ Полтавської державної аграрної академії
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №2174 від 26.04.2005 р.
Адреса: 36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.