

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**



*Збірник
студентських наукових праць*

Випуск XVIII

Чернівці, 2015

Збірник студентських наукових праць Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Випуск XVIII. – Чернівці, 2015. – 224 с.

До збірника наукових праць увійшли статті, які містять результати студентських досліджень у галузі міжнародної економіки, економіки підприємства, менеджменту, маркетингу, фінансів, обліку тощо.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2015

Підписано до друку 15.12.2015 р.

Зміст

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Володимир Білан , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТЕОРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	10
Боднараш Наталія , 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. Кифяк В.Ф. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	12
Вікован Євгенія , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Рилєєв С.В., ТОВАР ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ТЕРМІН У НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТАХ	15
Григоришин Назар , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Рилєєв С.В., ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ»	19
Мотрюк Алла , 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф, Наук. кер. – Пенюк В.О., КОМПЕТЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВИДИ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА	22
Неборак Регіна , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Рилєєв С.В., ПОНЯТТЯ «ЗАРОБІТНА ПЛАТА» ТА «ОПЛАТА ПРАЦІ»: НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ТА СПЕЦІАЛЬНА ЛІТЕРАТУРА	25
Шквірук Ірина , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Рилєєв С.В., СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНА БАЗА» В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	28

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Бабух Оксана , 4 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф, Наук. кер. – Табенська Ю. В., МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УТВОРЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ	33
Мінайлюк Андрій , 6 курс, спец. «Міжнародна економіка», з/ф, Наук. кер. – Вдовічен А.А., ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ Ф'ЮЧЕРСНИХ РИНКІВ	35
Мотрюк Алла , 5 курс, «Облік і аудит», д/ф, Наук. кер. – Бабінська О.В., ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ	37
Швейко Іванна , 6 курс, спец. «Маркетинг», з/ф, Наук. Кер. – Вдовічена О.Г., ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК	40

Бевзюк Ольга , 5 курс, спец. «Економіка підприємства», д/ф, Наук. кер. – Гнатишина Н.Д. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ	43
Бурлака Наталія , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», з/ф, Наук.кер. – Гомба Л.А., ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ПОРЯДОК ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ	44
Буряк Іванна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. - Бутирська І.В., МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ	47
Вірста Анастасія , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В РИНКОВИХ УМОВАХ	50
Власова Анастасія , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., КРИЗОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	52
Грижинку Іван-Семен , 5 курс, спец. «Економіка підприємства», д/ф, Наук. кер. – Гнатишина Н.Д., ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА	56
Дідух Богдана , Наук. кер. – Полянко В.В., УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ	58
Кантемір Павло , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	61
Красноголовець Мар'яна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. – Гомба Л.А., ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЯХ	64
Лихач Петро , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ КОЛЕКТИВОМ	67
Мартінова Катерина , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Кифяк В.Ф. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЇ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ	69
Матієк Надія , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	73
Милинка Ганна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», д/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	75
Москалюк Олена , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Романчук А.Л., ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОБЛІК ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА	77

Попович Олена , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Гомба Л. А., ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ	80
Пунговська Мар'яна , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О.Я., СТРУКТУРИЗАЦІЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СТАТИЧНОМУ ТА ДИНАМІЧНОМУ АНАЛІЗІ	82
Скоць Інна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Кифяк В.Ф., ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ	85
Степан Андрій , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	89
Сунько Анатолій , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ	91
Ткач Олег , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., УМОВИ ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТКУ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	94
Тріщук Вікторія , 5 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф, Наук. кер. – Гнатишина Н.Д., УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	96
Федоряк Аліна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., СУТЬ, ПРИНЦИПИ І ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	98
Фрунза Станіслав , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	101
Чепіль Людмила , 3 курс, спец. «Товарознавство», д/ф, Наук. кер. – Гутафель В.В., НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	103
Штефюк Христина , 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Чичун В.А., РОБОТА КАДРОВИХ СЛУЖБ У СИСТЕМІ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	104
Яківчик Юрій , 1 курс, спец. «Економіка підприємства», з/ф, Наук. кер. – Вудвуд В.В., УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ВАРТІСНО- ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ	106
Ярмолюк Ярослава , 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна. діяльність», д/ф, Наук. кер. – Бутирська І.В., МАТЕРІАЛЬНА ТА НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	108

ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО

Арбузова Ганна , 6 курс, спец. «Туризмознавство» д/ф, Наук. кер. – Гишук Р. М., ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	110
Звірід Владислав , 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Кифяк В.Ф., СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	112
Мізюк Юлія , 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Гишук Р. М., ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ СКЛАДОВИХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ГІРСЬКОЛИЖНОГО ЦЕНТРУ МИГОВО	114
Охрімівська Катерина , 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Кифяк В.Ф., ВИДИ ТА ФОРМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА РУМУНІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	116
Пилипець Олександра , 5 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Микитюк М. В., ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ЇЇ РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ	122
Пилипець Олександра , 5 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Гишук Р. М., ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДІВ АКТИВНОЇ РЕКРЕАЦІЇ У БОРОТЬБІ З PTSD НА ТЕРИТОРІЇ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ (НА ПРИКЛАДІ США)	124
Шпінтюк Христина , 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф, Наук. кер. – Гишук Р. М., ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ НА БУКОВИНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	126

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА

Березанська Олена , 6 курс, спец. «Маркетинг», д/ф, Наук. кер. – Вдовічена О.Г., РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ	129
Глібка Станіслав , 5 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О. Ю., ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	130
Зарішняк Тетяна , 6 курс, спец. «Маркетинг», з/ф, Наук. кер. – Вдовічена О.Г., ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ	133
Морозюк Світлана , 4 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Любківська Г.В., ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ	134
Ярмолук Ярослава, Морозюк Світлана , 4 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Любківська Г.В., ЛОЯЛЬНІСТЬ ПОКУПЦІВ І СПОСОБИ ЇЇ ДОСЯГНЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	137

Ярмолюк Ярослава, 4 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Нікульча В.А.,
АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

139

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Бабух Оксана, 4 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф,
Наук. кер. – Ковалевич Д.А.,
ПЕРСПЕКТИВИ ВВЕДЕННЯ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ОГЛЯД СВІТОВОГО ДОСВІДУ

142

Маценко Тетяна, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф,
Наук. кер. – Гомба Л.А.,
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

143

Сташкевич Анастасія, 4 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф,
Наук. кер. – Ковалевич Д.А.,
НАКОПИЧУВАЛЬНА СИСТЕМА, ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

146

ОБЛІК, АНАЛІЗ, АУДИТ

Бежан Олександра, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Машталяр Г.П.,
НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ КАПІТАЛУ

148

Буляховська Віта, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник Н.В.,
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

149

Герасимчук Діана, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник Н.В.,
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА ЦЕНТРАМИ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

152

Градецька Ірина, 1 курс, «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Машталяр Г.П.,
СУТНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

154

Гриців Юлія, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Труфен А.О.,
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

156

Довгань Анастасія, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник М.Є.,
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

159

Курилюк Оксана, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник М.Є.,
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

161

Лабачук Мар'яна, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А. Л.,
ПРЯМИЙ ТА НЕПРЯМИЙ МЕТОД ЗАПОВНЕННЯ ЗВІТУ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

163

Лукашук Інга , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. - Машталяр Г.П., УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	166
Мотрюк Алла , 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф, Наук. кер. – Труфен А.О., ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ЗВІТНОСТІ	168
Мотрюк Алла , 1 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф. Наук. кер. – Рилєєв С.В., СТАТИСТИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: МАКРО- ТА МАКРОРІВНІ	169
Рожко Іванна , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Романчук А.Л., НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ	173
Стародонська Світлана , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Романчук А. Л., НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЮЧОЇ ФОРМИ БАЛАНСУ (ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)	175
Чикановська Анастасія , 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф, Наук. кер. – Романчук А.Л., СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	178

ТОВАРОЗНАВСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Боршан Олена , 5 курс, спец. «Товарознавство і торговельне підприємництво», д/ф, Наук. кер. – Хотинь Л.В., ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ	182
Буряк Іванна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О.Ю., БЕЗПЕЧНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ НАПОЇВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ	184
Глібка Станіслав , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф Наук. кер. – Бозуленко О.Я., ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ ПРОДУКТІВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ	186
Дідух Богдана , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф Наук. кер. – Бозуленко О.Я., ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ ТА КОНТРОЛЮ РІВНЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	189
Красноголовець Мар'яна , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. Кер. – Бозуленко О.Я., ПРОБЛЕМА БЕЗПЕКИ ГЕННОМОДИФІКОВАНИХ ПРОДУКТІВ	190
Матієк Надія , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О. Я., БЕЗПЕЧНІСТЬ ТОВАРІВ З ПОЛІМЕРНИХ МАТЕРІАЛІВ	192
Понайда Юлія , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. - Бозуленко О.Я., ОСОБЛИВОСТІ БЕЗПЕЧНОСТІ ВИРОБІВ З ТЕКСТИЛЮ	195
Пунговська Мар'яна , 6 курс, спец. «Менеджмент організації торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О.Я., ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ ХАССП	197

Савчук Ірина , 1 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Хотинь Л.В., ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ У ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ	199
Семенюк Марина , 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О. Я., ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ УПРОВАДЖЕННЯ БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ	201
Ярмолюк Ярослава , 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Любківська Г.В., ЗНАЧЕННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ	203
Ярмолюк Ярослава , 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Гончарова О.М., ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТА ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ	205
Ярмолюк Ярослава , 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Шкабара Т.Л., ЯКІСТЬ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ: СТАН ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ	208
Яцун Лілія , 5 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф, Наук. кер. – Бозуленко О.Я., СИРОВИНА ЯК ОСНОВА БЕЗПЕЧНОСТІ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ТА ВИРОБІВ З НИХ	211
Яцун Лілія , 5 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф., Наук. кер. – Гончарова О.М., ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ЯК ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ	213

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Бунько Анастасія , 5 курс, спец. «Туризм», д/ф, Наук. кер. – Прокопець Л.С., ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НЕДОБРОСОВІСНУ КОНКУРЕНЦІЮ	215
---	-----

ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ ТА МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Мотрюк Алла , 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф, Наук. кер. – Адамова І.З., ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ	218
Среда Катерина , 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф, Наук. кер. – Адамова І.З., САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ЯК ШЛЯХ ВИЯВЛЕННЯ ЇХ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ	220

ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ТЕОРІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У даній статті досліджуються питання еволюції виникнення теорій що стосуються управління персоналом. Систематизуються погляди провідних учених різних напрямів, які досліджували дане питання. Досліджуються вектори руху від однієї теорії до іншої та складені висновки.

Проблема формування та раціонального використання персоналу в будь-якій сфері економічної діяльності є завжди актуальною для кожного суспільства. Достатня забезпеченість підприємств працівниками, що мають необхідні знання й уміння, раціональне використання ресурсів мають велике значення для збільшення обсягів реалізації продукції й підвищення ефективності виробництва. Система управління персоналом більшості підприємств далека від стратегії ринкових реформ, що в значній мірі затримує розвиток та рух до стійкої стабілізації, прогресу виробництва, структурної перебудови економіки, а також підвищення якості й конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Саме тому сьогодні все більш актуальними є дослідження еволюції розвитку теорій управління персоналом.

Еволюційному розвитку управління персоналом приділяють увагу чимало сучасних як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів: І.Ансофф, В. Антропов, Д. Богиня, В. Веснін, А. Колот, Е. Лібанова, В. Лук'янихін, В.Павлова, А. Поршнев, З. Рум'янцева, М. Саломатін, М. Сорокіна, С. Шекшня та ін.

Головна **мета** статті полягає у систематизації поглядів провідних учених різних напрямів щодо еволюційного розвитку теорій управління персоналом підприємства.

Управління персоналом – відносно молода наука, яку було започатковано наприкінці XIX – на початку XX ст., що було обумовлено орієнтацією суспільного виробництва не лише на його матеріальні складові, а й на людину, на удосконалення її інтелекту, творчих здібностей, культури мислення, створення матеріальних і духовних передумов для її всебічного і цілісного розвитку. Загалом, велика кількість ідей і теорій з управління персоналу виникли саме на початку XX ст. і навіть раніше. Довгий час вони розвивалися у межах різних наук, пов'язаних з виробництвом і діяльністю різних комерційних, а також некомерційних, державних організацій. В залежності від того, в межах яких наук досліджувалися і розроблялися ідеї управління персоналом, для характеристики цієї науки використовувалися відповідні терміни. У процесі свого становлення наука управління персоналом не просто йшла за розвитком техніки і технології, а й випередила його, ставши провідним чинником прогресу матеріального виробництва.

Історично формування наукових підходів до управління персоналом почалося разом з формуванням теорії управління (менеджменту). Теорії (концепції) управління персоналом розвивалися паралельно з різними школами управління. Протягом часу роль людини в організації істотно змінювалася, у зв'язку з чим розвивалися й змінювалися і самі концепції управління персоналом.

У науковій літературі виділяються наступні групи теорій:

- класичні теорії (1880-1930 р.);
- теорія людських відносин (початок 1930-ті роки, розквіт у 50-ті роки);
- теорія людських ресурсів, в тому числі біхевіористичні теорії (початок 1960-х років, перше використання терміну «управління людськими ресурсами»);
- сучасні концепції (з початку 80-х років минулого сторіччя) [1, с. 21].

В класичних теоріях викладаються основи перших у світі систем наукового управління. Ще в роботах Ф. Тейлора, таких як «Управління підприємством» і «Принципи наукового управління», описуються такі підходи, що передбачають собою впровадження точних, ретельно розроблених і апробованих процедур для усунення зайвих виробничих операцій, і більш ефективного використання оснащення й збільшення продуктивності праці.

Першою науково ґрунтованою концепцією стала концепція використання трудових ресурсів, яка замість людини розглядала лише її функцію — працю, вимірюючи її затратами робочого часу і заробітною платою. Основоположниками цієї концепції були американські інженери Ф.-В. Тейлор (1856-1915), Ф. Гілбрет (1868-1924), Л. Гілбрет (1878-1972), Г. Гантт (1861-1919), які належали до школи наукового управління. Ці дослідники вважали, що стрижнем наукового управління персоналом є аналіз змісту праці та її компонентів. На основі використання спостережень, вимірювань, логічного аналізу компонентів трудового процесу вони розробляли рекомендації щодо підвищення ефективності трудової діяльності працівників і трудового колективу загалом. Соціальними аспектами дослідники особливо не переймалися [2, с. 36].

Слід зазначити й досягнення радянської школи наукової організації праці (НОП) на початку XX-го століття. В 20-ті роки в Радянському Союзі проблемами теорії й практики управління займалися понад десять великих науково-дослідних інститутів, на підприємствах і в організаціях існували сотні й тисячі первинних осередків руху НОП, технічних бюро та секцій. В одному лише 1923 році було опубліковано близько 60 монографічних (у тому числі й перекладених) робіт, усього ж виходило до 20 журналів із проблем управління й організації виробництва. У багатьох містах Росії та України були створені різні наукові центри, та перші вітчизняні наукові школи, разом з такими ученими як О.Гастев, М.Вітке,

Ф. Дунаєвський, П. Єсманський, П. Керженцев і ін. Ці науково-дослідні центри мали на меті не тільки вивчення та дослідження проблем управління, але й розвиток прикладної науки, консультаційної практики, а також підготовка фахівців і управлінських кадрів [3, с. 79].

У 20-ті роки XX ст. керівник великої французької вугільної компанії А. Файоль (1841-1925), британський консультант з питань управління Л. Урвік (1891-1983), американський дослідник і практик

менеджменту Г. Емерсон (1853-1931), американський вчений і урядовець Л. Г'юлік (1892-1978), німецький соціолог і економіст М. Вебер (1864-1920) та ін. запропонували концепцію управління персоналом (personnel management). Вони розглядали людину через призму посади, а стрижнем управління вважали адміністративний механізм — принципи, методи, функції, повноваження, відповідальність. На їх погляд, раціонально визначивши основні функції бізнесу (фінанси, виробництво й маркетинг), можна обрати найоптимальніший спосіб поділу організації на підрозділи або робочі групи.

Потреба в глибокому аналізі поведінки людини в процесі праці, її індивідуальних, групових та соціальних інтересів була усвідомлена після низки наукових експериментів, проведених професорами-соціологами Е. Мейо й Ф. Ротлісбергером у 1927-1932 рр. на американському заводі Western Electric, що знаходиться в м. Хотторн ("хотторнські дослідження"). В результаті даних досліджень була розроблена нова (соціальна) форма менеджменту – доктрина людських відносин, що має за основу наступні вихідні принципи: людина – це «соціальна тварина», що включена у контекст поведінки групи; тверде підпорядкування й бюрократична організація несумісні із природою людини й її свободою; керівники повинні орієнтуватися більшою мірою на людей, ніж на продукцію [4, с. 29].

Один з послідовників Е. Мейо – американський соціолог Р. Лайкерт, розробив ефективну модель організації управління на підприємстві та власну теорію стилів управління, які лежать в основі багатьох теорій розроблених пізніше.

Новим кроком у розвитку гуманістичного напрямку в управлінні персоналом стала концепція людських ресурсів, спрямована на підвищення зацікавленості працівників у якісному виконанні повсякденних завдань і всіляке задоволення їх потреб. У 30-ті роки ХХ ст. дослідники почали наголошувати на тому, що поряд із первинними (фізіологічними) потребами кожна людина має також вторинні (соціальні) потреби, та потреби в самореалізації. Ефективна політика персоналу має обов'язково враховувати всі ці фактори. Реалізація завдань поставлених підприємством неможлива без попереднього задоволення потреб персоналу та розвитку людей, які є джерелом збільшення його прибутку та багатства.

Більшість теорій людських ресурсів обґрунтували представники «школи поведінкових наук», найвидатнішими серед яких були американські психологи А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд (нар. 1917), Д. Мак-Грегор (1906-1964), Ф. Герцберг (нар. 1923), К. Альдерфер. Здобутки цієї школи розвинули пізніше американські дослідники Л. Портер, Е. Лоурер, Р. Лайкерт, німецько-американський психолог К. Левін (1890—1947), французький дослідник М. Круазье (нар. 1923) та ін. [2, с. 38].

У 50-60-ті роки ХХ ст. активізувалися дослідження стилю керівництва і методів підвищення рентабельності організації. Стиль керівництва обумовлює форму зв'язку між керівниками і підлеглими, переважаючи орієнтацію керівників на розв'язання проблем виробництва або проблем підлеглих.

Подальший розвиток теорії та практики управління персоналом, другої половині ХХ століття відбувався під впливом праць відомого американського вченого П. Дракера. Його концепція управління за цілями («management by objectives»), яка доводила, що управління повинне починатися з вироблення цілей, і тільки після переходити вже до визначення функцій, системи взаємодії та організації виробництва сприяла подоланню «зацикленості» на функціях і процесах.

У 60-ті роки ХХ ст. в економічно розвинутих країнах набула поширення концепція управління трудовими ресурсами. Теоретичним стрижнем її є твердження про людину як про найважливіший ресурс виробництва. На відміну від інших ресурсів, вартість яких повністю або частково використовується у процесі виробництва, вартість та внесок людського ресурсу не зменшується, а навіть зростає внаслідок підвищення освітнього рівня, кваліфікації, та набуття практичного досвіду працівниками. Прихильниками цього напрямку вивчалися різні аспекти соціальної взаємодії, такі як мотивування, співвідношення влади й авторитету, вплив організаційних структур, комунікація в організаціях, лідерство, зміст праці, якість трудового життя. Суть даної концепції полягала у наданні допомоги працівникам в усвідомленні власних можливостей і налагодженні міжособистісних відносин. Ця концепція нині є однією із найперспективніших в Україні [5].

Останні роки інтерес до організаційно-управлінських досліджень не знижується, а навпаки активно розвивається, що провокує появу багатьох цікавих теорій, які в результаті набули широкого застосування на практиці. Серед таких: «Структура-5» Г. Мінтцберга, теорія інститутів і інституціональних змін Д. Норта, теорія людського капіталу Г. Беккера, Я. Мінсера і Т. Шульца, теорії стратегічного управління людськими ресурсами, таких вчених як М. Армстронг, С. Фомбрун, М. Бір, П. Боксалл, Д. Гест, Д. Сторі, Д. Парселл, К. Легге та ін.

В останній третині ХХ ст. свою увагу вчені також звернули на теорії управління людьми на виробництві з позицій людського, інтелектуального капіталу та його впливу на зростання доходів компаніями. Найпопулярніші з прихильників даної теорії вважали, що професійні вміння, виховання і освіта є справжнім капіталом, з яким працівник вступає у виробничий процес. Дані положення зустрічались ще в працях родоначальників класичної політекономії, серед них такі відомі економісти як англієць В. Петті (1623-1687), шотландський економіст А. Сміт (1723-1790), французький економіст Ж.Б. Сей (1767—1832), швейцарський економіст Л.М.-Е. Вальрас (1834-1910), американський економіст І. Фішер (1867-1947). Слід зазначити, що всі спроби виразити людський капітал у грошовому вимірі робилися для того, щоб оцінити значення витрат на навчання, охорону здоров'я тощо у формуванні економічного потенціалу нації [6, с. 23].

Проблемам управління персоналом приділяють багато уваги в своїх працях чимало науковців сьогодення, таких як М. Амстронг, А. Єгоршин, Е. Маслов, М. Молодчик, О. Овчинникова, Ю. Одегов, В. Травін, С. Шекшня та ін. Теоретичні, методичні та прикладні аспекти актуальних проблем економіки в

трудовій сфері мали широке висвітлення також в роботах українських вчених, зокрема, Д.Богині, Г. Дмитренка, М.Долішнього, О.Заїнчовського, Т.Мостенської, А.Колота, В.Онiкiєнка, М.Сіроштана, О.Сологуб, Д.Черваньова, Ф. Хмiля, А. Шегди, Г. Щокіна та ін. Безсумнівними здобутками щодо подальшого становлення теорії людського капіталу відзначаються дослідження наукових колективів Інституту економіки НАН України, Інституту економіки промисловості НАН України, Науково-дослідного інституту праці та зайнятості населення Мінпраці Національного університету харчових технологій та інших науково-навчальних закладів України. Цій проблемі були також присвячені дисертаційні дослідження Л. Ільїч, А. Лизанець, О. Славгородської, написані в Україні за останні роки [7].

В контексті сучасного розвитку філософії управлінських ідей виокремлюються чотири групи концепцій (теорій): 1) концепція патерналізму; 2) класичні теорії; 3) концепції людських відносин; 4) концепції людських ресурсів.

Для сучасного етапу розвитку управління персоналом характерні такі тенденції:

– зміна підходів до управління персоналом (стають актуальними концепція управління людськими ресурсами та концепція управління людиною);

– розвиток руху за компетентність;

– увага до підвищення ефективності управління персоналом (як економічної, так і соціальної);

– усвідомлення і підвищення значимості корпоративної культури.

З моменту свого виникнення і донині наука управління персоналом розробила багато концепцій і теорій, які відображають відповідні етапи розвитку матеріального виробництва, спрямованість тих чи інших досліджень, соціально-економічні умови трудових відносин в окремо взятій країні тощо. Усі ці концепції і теорії можна об'єднати у такі групи: концепції застосування людського чинника у виробництві, теорії людських ресурсів, теорії людського капіталу. Таким чином, можна з легкістю простежити вектор руху від технократичної парадигми до гуманістичної; еволюція механізму управлінського конструювання відбувається в напрямку перспективного використання людських ресурсів, і починаючи з 1990-х рр. у компаніях індустріально розвинутих країн зароджується активне управління персоналом, яке поєднує раціоналістичний і поведінковий підходи менеджменту, надаючи пріоритет останньому напрямку; трансформація концептуальних ідей відчуває певний вплив минулого досвіду, що модернізується під впливом науково-технічного прогресу; розвиток парадигм і концепцій управління персоналом відбувається спіралеподібно, оскільки нові ідеї та принципи містять елементи базових положень попереднього витку. Загалом, еволюція систем управління персоналом, характеризується широким спектром підходів, пов'язаних з реалізацією управлінського впливу на персонал. За останні сто років відбулася глибока трансформація концепцій управління персоналом від рівня відділу кадрів до управління персоналом і далі – управління людськими ресурсами.

Список використаних джерел:

1. Бутенко І. Еволюція й генезис основних концепцій управління персоналом / І. Бутенко // Вісник економічної науки України. – 2013. – № 2. – С. 20-25.
2. Хміль Ф.І. Управління персоналом: Підручник для студ. ВНЗ. / Ф.І. Хміль – К.: Академвидав, 2008. – 488 с.
3. Гебер Н. А. Генеза концепцій управління персоналом підприємства / Н.А. Гебер // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2013. – № 5 (61). – С. 78-82.
4. Балабанова Л. В. Управління персоналом. Підручник. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
5. Зварич І. Т. Особливості управління персоналом в умовах етноекonomіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vpu/Ekon/2009_7/6.pdf
6. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навч. посібник. / М.І. Мурашко – К.: «Знання», КОО, 2002. – 311 с.
7. Римаренко В.О. Сучасні погляди на управління персоналом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10390/1/Modern%20pointes.pdf>

Наталія Боднараш, 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф,
Наук. кер. Кифяк В.Ф.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглядаються сутність інноваційних технологій, понять новації і нововведення, використання сучасного програмного забезпечення. На основі прикладів закладів харчування Буковини, пропонуються сучасні підходи до організації інноваційної діяльності в закладах ресторанного господарства.

Будь яка сфера економічної діяльності з метою зміцнення своїх конкурентних позицій, повноцінного та прибуткового функціонування, повинна залучати інноваційні технології. Не є виключенням і сфера ресторанного господарства. Заклади харчування та і загалом індустрія ресторанного бізнесу на сьогодні є однією з найприбутковіших сфер діяльності. Окупованість вдалого проекту складає 2 – 3 роки. Для того, щоб утримуватись на ринку, та повноцінно функціонувати не обійтись без нововведень. У результаті впровадження інноваційної діяльності утворюються нові ідеї, удосконалені продукти, технологічні процеси, нові форми організації і управління. Саме завдяки цьому можна побачити етапи формування і введення інновацій на підприємства, у тому числі і тих які першочергово пов'язані з ресторанним бізнесом та сферою харчування.

В Україні питаннями інноваційного розвитку для підприємств, а також економіки загалом займалися Ю. Бажал, В. Василенко, В. Гаєць, В. Грінюв, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська та інші. Окремі види діяльності інноваційного розвитку у закладах ресторанного господарства розглядалися у працях Г. П'ятницької, О.Борисової, О. Григоренко.

Так, зокрема В. Гаєць розглядав перспективи розвитку економіки України та можливий вплив на нього інноваційних факторів. Ю.Бажал проводив дослідження у сфері економіки інноваційних процесів. Г. П'ятницька досліджувала інноваційні ресторани технології, а О. Григоренко вивчав інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні.

Визначення сутності інноваційних технологій у ресторанному бізнесі та використання сучасних інформаційних систем у закладах харчування.

У світовій та вітчизняній літературі є характерна багатозначність з приводу терміну «інновація». Це і не дивно, як зазначив відомий американський футуролог Елвін Тоффлер, серед проблем, з якими стикається бізнес, немає важливішої і складнішої, ніж проблема нововведень. Також можна відзначити що багато західних науковців, у сфері інновацій, по своєму трактують цей термін, в залежності від об'єкта та предмета дослідження. Розглянемо декілька прикладів: Ф. Ніксон вважає, що інновація – це сукупність виробничих, технічних і комерційних заходів, які ведуть до появи на ринку нових та вдосконалених промислових процесів і обладнання.[4] Натомість Б. Твісс позиціонує нововведення як процес, у якому винахід або ідея набуває економічного змісту. «Це єдиний у своєму роді процес», – пише Б.Твісс, що об'єднує науку, техніку, економіку і управління.[5] Якщо розглянути думку Б.Санто, то інновація – це такий суспільно – техніко – економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів призводить до створення кращих за своїми якість виробів, технологій та дає прибуток. На думку Й. Шумпетера – інновація як нова науково – організаційна комбінація виробничих чинників, створених підприємницьким духом. Саме Й. Шумпетером уперше був уведений у науковий лексикон термін «інновація», що в буквальному перекладі означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу». Крім того, інновація розглядалась Й. Шумпетером як нова функція виробництва, «нова її комбінація». Х. Барнет визнає нововведенням будь-яку ідею, діяльність чи речовий результат, які відрізняються за своїми якісними ознаками від існуючих форм. Відомий спеціаліст у сфері інноватики – К. Найт, висловлює таке визначення: «Нововведення – це впровадження будь-чого нового відносно організації чи її безпосереднього оточення» і розглядає нововведення «як особливий випадок процесу змін в організації».

Точніше розмежування понять «новація» і «нововведення» дає П. Ленон: новація – це «новий вид продукції, метод, технологія», а нововведення – це «впровадження новації в економічний виробничий цикл».[1]

Вітчизняні економісти у своїх наукових дослідженнях визначають, що «інновація являє собою техніко-економічний процес, який завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій», а «нововведення – це процес доведення наукової ідеї до технічного винаходу, до стадії практичного використання, що приносить дохід».[2]

Інновації розглядають з різних точок зору: у зв'язку з технологіями, комерцією, соціальними системами, економічним розвитком і формулюванням політики. Відповідно, у науковій літературі існує широкий спектр підходів до концептуалізації інновацій.

Інновація – це принцип, кінцевий метод, винахід, новий продукт, процес, суттєво та якісно відмінений від попереднього аналога, що є результатом інтелектуальної діяльності, закінченого наукового дослідження та розробки. Сфера новацій надзвичайно велика і називається лиш до техніки і технологій. Сам термін «новація» вживається щодо всіх новин, як у організаційній, науковій, фінансовій, виробничій та інших сферах діяльності, який забезпечує будь які удосконалення. Більшість інновацій реалізуються в сфері економіки. Для того щоб забезпечити зростання конкурентоспроможності, якщо ж своєчасно не впровадити ту чи іншу інновацію, то вона морально застаріє, утрачає свою новизну та комерційну привабливість.

З моменту запровадження інновації у виробництво, побут, чи іншу галузь, ця діяльність стає нововведенням.

Нововведення – це результат практичного освоєння новації, задіяної у динаміці, ефективність якої оцінюється не тільки економічним, а й соціальним ефектом.[3]

Нововведення створює вартість і матеріальні цінності, спираючись на певні зміни в будь-якій галузі – технології, матеріалів, цін, послуг, демографії чи геополітики, формує новий попит і нові ринки. Нововведення сприяє переміщенню ресурсів у сферу більш високої продуктивності та прибутку. Нововведення можуть бути духовні і матеріальні, соціальні.

Не всі зміни є нововведеннями, а тільки ті, котрі вносять у середовище нові елементи.

Таким чином, від моменту прийняття до поширення новація набуває нової якості – стає нововведенням (інновацією). Головною рисою нововведення є його вплив на спосіб життя людей, стиль поведінки, світогляд, тобто зміни.

Процес введення новацій на ринок заведено називати процесом комерціалізації. Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, яка перетворює її у джерело доходу. Наявність попиту на інновацію свідчить про її конкурентоспроможність, що є результатом інноваційної діяльності. Інновація – це матеріалізований результат науково-технічної діяльності.[1]

Проблема інновації є актуальною і своєчасною як для підприємства так і для економіки держави загалом. Загалом технології відіграють важливу роль у сучасному суспільстві. Саме наше життя впливає на виникнення та розвиток інноваційних технологій. Ну і звісно, без новацій не обходиться і сфера обслуговування.

Сучасний ресторан, кафе, бар – це перш за все, гарний і хороший відпочинок, процес гарного та

комфортного проведення часу. Для того щоб задовольняти своїх клієнтів, закладам ресторанного господарства потрібно узгодити та дотримуватись багатьох процесів виробництва. Починаючи від санітарно – технічних норм, поведінки обслуговуючого персоналу, аналізу тенденцій, дотримання культурного та естетичного стану закладу, до обліку за процесом знаходження та списання продуктів, обліку вартості страв. На сьогодні ми можемо побачити, що інноваційні технології змінили не лише методи надання послуг, а й взагалі наше уявлення про них. Нововведення дозволяють надавати та виконувати різні послуги та операції, швидко, якісно, зручно та з більшою продуктивністю.

Введення інноваційних технологій передбачає не тільки зручність автоматизації процесів на підприємстві для введення справ і внутрішнього середовища, а й для клієнтів, оскільки це і зручність розраховуватись, черговість обслуговування, забезпеченість прораненого меню усіма інгредієнтами. Саме ці фактори будуть вагомим чинником для залучення нових споживачів. Наприклад, створення системи постійної клієнтської бази, дозволяє постійно заохочувати, надавати знижки або бонуси постійним клієнтам. Розрахунок пластиковими картками, дозволяє створювати також певні заохочувальні дії по відношенню до споживачів разом з банком, який є партнером закладу. Метою автоматизації ресторанного господарства є підвищення ефективності управління підприємством харчування, прискорення швидкості і якості процесу обслуговування клієнтів. Також автоматизація системи дає можливість і керівництву закладу точно дізнатись про стан підприємства харчування у разі прийняття тих чи інших стратегічних рішень. Важливим фактором у автоматизації підприємства є комплексний підхід до правильної організації бізнес процесу, сучасним високотехнологічним устаткуванням, надійністю контрольних функцій програмного забезпечення. Саме такий тандем забезпечить інвестиційних вкладів в підприємство, збільшення кола споживачів, і загалом зростання прибутків закладу.

ІТ – спеціалістами вже розроблено низку програм, які використовуються в закладах ресторанного господарства. Розглянемо декілька з них:

- Програма «R-Keereg» призначена для обслуговування клієнтів, автоматизації продажу, роботи кухні і бару, аналіз та накопичення даних з продажу та сервісу на різноманітні періоди часу. Накопичені дані також використовуються в системі складського та бухгалтерського обліку.

- «LikoChain»- програма, яка розрахована на управління як окремим рестораном чи баром, та і цілою мережею в цілому. Дана програма дозволяє здійснювати звітність як окремого ресторана, так і всієї мережі загалом з продажу, виробництва, персоналу та фінансів, а також управління залишками та складськими запасами на рівні всіх підрозділів.

- Програма «1С - Рарус» дозволяє оптимально поєднувати всі функції, необхідні для ефективного управління рестораном, надаючи високу надійність та якість.

- Програмний комплекс «UNISYSTEM Ресторан» - здійснює централізований товарний і фінансовий облік підприємства, орієнтований на глобальний контроль руху товару та грошових коштів. Система моніторингу торгового залу дозволяє чітко відстежувати всі операції з обслуговування клієнтів.

- Продукт «1С:Підприємство 8. Ресторан» призначений для автоматизації процесів обслуговування відвідувачів на підприємствах індустрії харчування та гостинності. За допомогою цього рішення можуть бути автоматизовані одиночні і мережеві підприємства, комплекси, будь яких форматів та концепцій.

- Одна з найвідоміших програм в Україні – це програмний комплекс «Фуршет» - призначений для автоматизації роботи будь – яких закладів ресторанного господарства, починаючи від маленького кафе до великого ресторану. Програма орієнтована на використання недорогої комп'ютерної техніки. До складу програми «Фуршет» входять три програми:

- 1) «Менеджер» - автоматизує калькуляцію страв;
- 2) «Офіціант» - з її допомогою формуються замовлення і проводиться виписка рахунків;
- 3) «Звіти» - автоматизує одержання звітів і аналізу роботи закладу. [6]

Саме автоматизація ресторанного господарства може виключити витрати прибутку з причини людського фактора, збільшити швидкість обслуговування клієнтів.

Вище наведені програми, розроблені для використання на персональних комп'ютерах не високої потужності, саме ця перевага надає легко та швидко освоїти ці програми.

Проте не слід звужувати технологічні перетворення в сфері послуг до нововведень лише інформаційних та автоматизованих технологій. На ресторанний бізнес суттєво впливають і такі технології як дизайн, процеси, конструкційні матеріали, обслуговування, продаж, управління, обладнання та продукти харчування.

Однією з останніх інновацій в ресторанному бізнесі є : маленький 3D-кухар в тарілці гостя. Оригінальний приклад використання тривимірних проєкцій і відео-меппінгу в просуванні ресторанних послуг. Продемонстрували цю новацію Філіп Стерекс і Ентун Вербик з проєкту SkullMapping. За допомогою системи проєкторів винахідливі дизайнери показала справжнє шоу зі звичайного обіду в ресторані. Головну роль у неймовірному шоу зіграв маленький кухар – француз, який спілкувався з гостями і готував віртуальні стейки перед публікою. Все було настільки чітко та реалістично, що протягом всього шоу гості ресторану навіть не вдавались до думки, що це всього лише вистава.

Від світових новаторів в ресторанному бізнесі не відстають і українські ІТ – фахівці. У найпростіші і сталі буденні речі вони вносять новітні технології. Ось наприклад з звичайний стіл перетворили у цікаву та функціональну розвагу: на сенсорній поверхні можна обрати мову меню, прочитати склад та харчову цінність страви, а іноді навіть і рецепт приготування. Далі замовлена страва відправляється на кухню, а гість за допомогою веб-камери може спостерігати за тим як її готують. Також відвідувач може під час приготування страви, на тому ж сенсорному екрані за столом подивитись новини, переглянути фото,

футбол або щось інше на власний смак. Також якщо клієнт закладу є постійним, то стіл автоматично може повернути всі первинні налаштування клієнта за столом, наприклад можна переглянути які страви вживав гість. Також вже розробляються такі проекти як – афіша, яка розпізнає стать відвідувача і виводить на екран кількість чоловіків і жінок у залі, і ще одна новація – це скатертина із зображенням страв, яких замовив клієнт. [7]

Взагалі для того щоб конкурувати на ринку закладів ресторанного бізнесу потрібно обрати своє позиціонування, вивчити досвід найвідоміших та найуспішніших закладів світу. Саме визначення своє позиції сприяє пошуку та заняття вигідної ніші – пошук способу чимось блиснути, виділитись, перевершити – стати в чомусь найкращим. В результаті цього конкуренти будуть змушені рівнятись на кращого, наздоганяти лідера. Для того щоб вистояти в час економічної кризи, а не тільки вистояти, а й процвітати та ефективно функціонувати ніколи не потрібно забувати про те що треба прагнути до незвичайних і небувалих змін, до появи постійного новаторства. Споживач диктує правила і обирає найкращих, тому якщо заклад задовольняє гостя – це і є його успіх.

Дослідження закладів ресторанного господарства та споживачів у Чернівецькій області, показало що споживач потребує інноваційних підходів та технологій не тільки в обслуговуванні та інтер'єрі, а також і в створенні та подачі страв. Таким вимогам відповідають заклади ресторанного господарства молекулярної кухні, а бо ті що використовують її елементи. Для закладу з молекулярною кухнею недостатнім є стандартне устаткування. Тому вимогою до таких підприємств є обладнання їх найсучаснішим устаткуванням, яке дозволить виготовляти страви цієї кухні. Останнім часом поступово виявляється чітка тенденція збільшення інтересу до новітніх страв. Також популярним захопленням серед сучасної молоді є – фотографування та «репост» у соціальних мережах замовленої страви. Можемо вітнати такий заклад у м. Чернівці який називається «zone secret kitchen», в меню якого наявні молекулярні страви. Функціонуючи на ринку міста, цей заклад єдиний з застосуванням цієї техніки приготування. Страви виглядають особливо і неповторно.

Також новинкою в закладах харчування на Буковині стало нове, сучасне устаткування, яке є не тільки економічним, а і зручним та швидким в приготуванні. Однією з інноваційних розробок даного напрямку є хоспер. Хоспер — це теплове устаткування, що дозволяє одночасно поєднувати функції мангала та печі. Деякі ресторани м. Чернівці (бар-ресторан «Шоколадний», піцерія «Монополія», «Паб 34», ресторанний комплекс «Озерное», ресторан «Версаль») зважаючи на великі операційні витрати змінили відкриті мангали на хоспери. Під час перебування за кордоном, а саме у Румунії, та проводячи спостереження у закладах ресторанного господарства хочемо відмітити, що більшість закладів є автоматизованими, великий акцент надають обслуговуванню клієнтів. Кожен заклад має свою індивідуальність, комплексність, систему знижок та бонусних карт.

Експерти оцінили та зафіксували стрімкий та позитивний розвиток ресторанного бізнесу в Україні. Обсяг ринку за останні шість років збільшився у два з половиною рази, від 12 до 28 мільярдів гривень. Такі дані оприлюднив ресторанний консалтинг, при цьому рентабельність даної справи становить від 30-35% у рік. [8]

Підвищення конкурентоспроможності на підприємствах може бути забезпечене лише на основі прискорення інноваційних процесів. Більшість підприємств ресторанного бізнесу покладаються на автоматизацію своєї діяльності. Спеціально для закладів ресторанного господарства сьогодні розроблено інформаційні системи, які дозволяють оптимізувати і прискорити величезну кількість рутинних справ, значно спростити роботу, у специфічних для цього бізнесу операцій. Також великим плюсом для підприємства є те, що автоматизація закладу дозволяє спростити процес роботи і звести до мінімуму збитки і витрати.

Список використаних джерел:

1. Бібліотека економіста [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://library.if.ua/>
2. Буковинська бібліотека [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://buklib.net/>
3. Навчальні матеріали онлайн [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>
4. Никсон Ф. «Инновация как средство экономического развития»./ Ф. Никсон – М.: «Прогресс», 2008 г. – 431с.
5. Твисс Б. «Управление научно – техническими нововведениями» / Б. Твисс – М.: «Экономика», 2009 г. – 798 с.
6. Сучасні інформаційні технології [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Informatica.htm
7. Георг Парк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://georgpark.com.ua/news-ru>
8. Pro-Consulting. Ресторанний консалтинг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pro-consulting.ua/>

Євгенія Вікован, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Рилєєв С.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ТОВАР ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ТЕРМІН У НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТАХ

В статті розглянуто сутність поняття «товари» у різних галузях економічної науки та категорійного тлумачення, яке наводиться у нормативно-правових актах України та ряду зарубіжних країн.

Сучасний ринок характеризується широким діапазоном взаємопов'язаних операцій з головним об'єктом ринку – товаром. У сьогоднішньому світі товарно-грошові відносини відіграють головну роль у подальшому прогресі людства. Від того, наскільки контрольовано і систематично буде розвиватися торговельна діяльність та товарна експансія, залежить стабільність як самих ринків, так і економіки світу в цілому [27, с. 1037].

Наукове обґрунтування сутності категорії «товар» було та й сьогодні залишається предметом багатьох досліджень вчених. Сутність товару була визначена і досліджена в працях багатьох зарубіжних вчених Англії, Франції, Італії. Так, наприклад, французький фінансист Ж. Неккер протиставляє товари послугам та грошам; французький економіст Ж.-Б. Сей – нерухомим благам, проте англійський економіст Д. Рікардо розглядає товар як результат виробничої діяльності. Проблему економічної сутності товарів й товарних запасів та їх місця в діяльності підприємства розглядали і вітчизняні вчені, а саме: А.А. Мазаракі, І.О. Бланк, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова, Ю.А. Кузьмінський, Ф.Ф. Бутинець, Р.А. Алборов, В.Г. Артеменко, В.В. Остапенко, С.Г. Байкіна, І.М. Багата, М.М. Хахонова, В.С. Рудницький, Б.В. Гринів та ін.

Аналіз визначення «товар» вітчизняних і зарубіжних авторів з точки зору лінгвістики, маркетингу та економіки фіксує багатовекторність розвитку та впливу світового ринку на суспільство.

Сучасні економічні умови вимагають подальшого вивчення сутності й удосконалення управління товарами на підприємствах торгівлі.

В умовах глобалізації та інформатизації економіки все, що є стратегічним ресурсом, може бути визначене через категорію «товарний потік». Будь-які дисбаланси у світових пропорціях ринків, які реалізуються як товарно-грошові відносини, можуть призвести до широкої гами криз в економіці.

Визначення «товар» і «товарні запаси» стислі, вони не висловлюють всіх аспектів даного поняття і на сьогодні. Це і неможливо, тому що як сам об'єкт, так і наші уявлення про нього стрімко розвиваються, і вчорашні визначення вже є недостатніми. У сучасних умовах глобалізації економіки, яка передбачає потужний інформаційний вибух, швидко зростає як асортимент товарів певних категорій, які існують сьогодні, так і виникають принципово нові види товарів. Найбільш поширеними новими продуктами на відміну від епохи стрімкого технічного прогресу (який почався і триває з часу створення промисловості), сучасний етап економічного розвитку світу фіксує серйозне перенесення ваги в бік різних продуктів, пов'язаних з товарами, які мають інформаційний зміст.

Саме наявність такого процесу і сигналізує про необхідність термінових дій щодо збалансування виробництва, продажу і споживання ресурсів на сучасному етапі розвитку як світової економіки в цілому та національної зокрема.

Товар – це об'єкт, який спеціально виробляється для вживання потенційним споживачем, має певну вартість, яка задовольняє інтереси як виробника, так і споживача. Поняття «товар» об'єднує предмети, які вироблені в промисловості, сільському господарстві, науково-технічній сфері, кустарному і ремісничому виробництві, є витвором мистецтва, антикваріатом, мають історичну або культову цінність, а також представляють собою будь інтелектуальні та інформаційні, роботи, послуги, юридичні права, які знайдені, проведені, надані та запропоновано на ринку для отримання грошового еквівалента, їх реальної вартості, в певному місці і часу [6].

Щоб розкрити економічну сутність товару потрібно звернутись до економічної теорії. Наукову теорію товару розробив К. Маркс. На відміну від своїх попередників (У. Петті, А. Сміта, Д. Рікардо), які розглядали обмін товарами поза історією, К. Маркс розкрив дійсну суть товару на основі аналізу матеріальних умов життя суспільства, рівня розвитку виробничих сил суспільства і зумовлених ними виробничих відносин, що історично розвивалися. За теорією К. Маркса товар характеризується двома властивостями:

- споживчою вартістю;
- вартістю [29, с. 6].

Споживчою вартістю, тобто здатністю задовольняти певні людські потреби, наділений будь-який товар. Вартість проявляється тільки на ринку, тільки у взаємовідносинах між суб'єктами ринку з приводу купівлі-продажу товару [3, с. 139].

У маркетинговій теорії, яскравим представником обґрунтування якої є Ф. Котлер, товар – це все, що може задовольнити потребу й пропонується ринку з метою привернення уваги, придбання, використання чи споживання [10, с. 398]. На сучасному етапі розвитку суспільно-економічних відносин поняття «товар» – це продукт праці, виготовлений з метою обміну або продажу. Обмін і продаж виступають засобами задоволення тих чи інших потреб суспільства і з'являються разом із суспільним поділом праці економічно відосблених виробників, які спеціалізуються на виробництві різних продуктів. Тому обмін продуктами мав місце в умовах первино-общинного способу виробництва, поширеніший став в умовах рабовласницького та феодального способів, хоча переважаючим у них було натуральне господарство. Але найбільшого поширення обмін (продаж) набув при капіталізмі, де товарне виробництво стало загальноохоплюючим [9, с. 156].

Оскільки товар частину свого життєвого циклу перебуває у вигляді запасів, більшість науковців дають різне йому трактування. Саме тому, розглядаючи сутність товару, слід зазначити, що в різноманітних літературних джерелах авторами по-різному трактується визначення товару. Окремі з них наведені в табл. 1.

Аналізуючи поняття «товар», виникає об'єктивна необхідність сформулювати підходи, які визначають його новий зміст та відповідають сучасним вимогам глобалізації економічних процесів і акцентуються на них в соціальних аспектах:

Ø товар є матеріалізацією соціально-економічних відносин у суспільстві та є своєрідним носієм матеріальної і духовної культури суспільства;

Ø товар – це той соціальний показник, який визначає стан власника (як виробника, так і споживача);

Ø товар – це саме та річ, яка спонукала людину до обміну. Для сучасної людини цей обмін виступає у вигляді купівлі-продажу: об'єкт на інший, універсальний товар – гроші;

Ø товар – це головний об'єкт, який створює ринок. Суб'єкти ринку (продавець і покупець) виступають функціонерами купівлі-продажу або обміну одного товару на інший (гроші);

Ø товар, з одного боку, є продуктом виробництва, який призначений для реалізації на конкретному ринку (для виробника), а з іншого боку, - товар є необхідним об'єктом споживання, який задовольняє конкретні потреби покупця [1, с. 324].

Таблиця 1

Розкриття терміну «товар» у наукових та навчально-методичних джерелах

№ з/п	Автор (джерело)	Визначення, товар це ...
1.	Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. [2, с. 298]	продукт, з яким товаровиробник виходить на ринок, а також засіб, за допомогою якого задовольняються ринкові потреби
2.	Бутинець Ф.Ф. [4]	матеріальна або нематеріальна власність, яка призначена для реалізації
3.	Гальчинський А.С. [5, с. 423]	це об'єкт купівлі-продажу або благо, яке призначене для власного споживання і має суспільний характер
4.	Карпінський Б.А., Герасименко О.В. [8, с. 183]	це продукт праці (будь-яка продукція, роботи, послуги, права інтелектуальної власності та ін. немайнові права), що виробляється та (або) реалізується суб'єктами підприємницької діяльності через оптову та роздрібну торгівлю
5.	Котлер Ф. [10, с. 79]	все, що може задовольнити потребу й пропонується ринку з метою привернення уваги, придбання, використання чи споживання
6.	Лень В. С. [11]	товарно-матеріальні цінності, що надійшли на підприємство з метою продажу
7.	Лігоненко Л.О., Клоченок Л.В. [12, с. 89]	продукт виробничо-економічної діяльності, або природне багатство, яке має вартість і обмінюється на ринку у грошовій формі
8.	Мазаракі А.А. [13, с. 101]	продукт праці призначений для продажу, що знаходяться у сфері обігу в процесі переміщення від виробника до споживача
9.	Мочерний С.В. [19, с. 216]	продукт праці, що реалізують на ринку, об'єкт купівлі-продажу
10.	Райзберг Б. А., Лозовський Л.Ш., Стародубцева Є.Б. [29, с. 314]	1) будь-який продукт виробничо-економічної діяльності в матеріально-речовій формі; 2) об'єкт купівлі-продажу, ринкових відносин між продавцями і покупцями
11.	Свідерський Є. [28]	складова товарообігу, що становить рух сукупного суспільного продукту в товарній формі від виробника до споживача
12.	Чебанова Н.В., Василенко Ю.А. [30, с. 63]	матеріальні цінності, що придані (одержані) і зберігаються з метою наступного продажу

Товари, як в українському, так і в російському бухгалтерському обліку, визначаються як вид матеріальних цінностей. Так, згідно з П(С)БО 9 «Запаси», товари – це матеріальні цінності, що придбані (отримані) та утримуються підприємством/установою з метою подальшого продажу [22].

Згідно з ПБО 5/01 «Облік матеріально-виробничих запасів», товари є частиною матеріально-виробничих запасів, придбаних або отриманих від інших юридичних або фізичних осіб і призначених для продажу [20].

У табл. 2 розкрито тлумачення поняття «товари», які наведені в нормативно-правових актах України та інших держав.

Таблиця 2

Визначення терміну «товари» у нормативно-правових актах України та ряду інших країн

№ з/п	Джерело	Визначення
1.	Податковий кодекс України [23]	Товари – матеріальні та нематеріальні активи, у тому числі земельні ділянки, земельні частки (паї), а також цінні папери та деривативи, що використовуються у будь-яких операціях, крім операцій з їх випуску (емісії) та погашення
2.	Податковий кодекс Російської Федерації [16]	Товаром визнається будь-яке майно, що реалізується або призначено до реалізації
3.	Податковий кодекс Республіки Білорусь [15]	Товаром визнається майно (за виключенням майнових прав), що реалізується або призначене для реалізації, якщо інше не встановлене митним законодавством
4.	Закон «Про ціни та ціноутворення» (Україна) [25]	Товар – продукція, роботи, послуги, матеріально-технічні ресурси, майнові та немайнові права, що підлягають продажу (реалізації)
5.	Закон «Про рекламу» (Україна) [24]	Товар – будь-який предмет господарського обігу, в тому числі продукція, роботи, послуги, цінні папери, об'єкти права інтелектуальної власності
6.	Закон «Про державне регулювання торгівлі та громадського харчування у Республіці Білорусь» [18]	Товари – майно (предмети особистого, сімейного, домашнього споживання, продукція виробничо-технічного призначення та інше майно) призначене для продажу
7.	Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [14]	Товарні запаси включають товари, що були придбані та утримуються для перепродажу, у тому числі, наприклад, товари, придбані підприємством роздрібною торгівлі та утримувані для перепродажу, або земля та інша нерухомість для перепродажу
8.	Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» (Україна) [22]	Товари – це запаси матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством/установою з метою подальшого продажу
9.	Положення бухгалтерського обліку 5/01 «Облік матеріально-виробничих запасів» (Російська Федерація) [20]	Товари – це частина матеріально-виробничих запасів, придбаних або отриманих від інших юридичних або фізичних осіб і призначених для продажу
10.	Національний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» (Республіка Молдова) [17]	Товари – цінності, придбані суб'єктом з метою подальшого перепродажу або продукція, передана власним магазинам для продажу. У категорію товарів також входять будівлі, земельні ділянки, а також інше нерухоме майно, що знаходиться у власності з метою перепродажу
11.	Державний стандарт 3993-3000 «Товарознавство. Терміни та визначення» (Україна) [7]	Товар – будь-яка річ, що на момент надходження в обіг, повинна бути виокремлена з-поміж інших за визначальними ознаками для конкретного договору купівлі-продажу
12.	Державний стандарт 51303-99 «Торгівля. Терміни та визначення» (Російська Федерація) [6]	Товар – це будь-яка річ, що необмежена в обороті, вільно відчужувана і переходить від однієї особи до іншої за договором купівлі-продажу

В результаті проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

1. Необхідність функціонування підприємств роздрібною торгівлі в умовах конкуренції генерує потенційні можливості максимального задоволення попиту і потреб покупців. Останнє забезпечується безперервністю торгового процесу і потреби утворення на підприємствах роздрібною торгівлі певного обсягу товарів. Формування необхідних розмірів товарних запасів дає змогу торговельному підприємству забезпечити стійкість асортименту товарів, здійснювати певну цінову політику, підвищувати рівень задоволення попиту населення тощо.

2. Товар є попередником багатьох економічних категорій ринкової економіки – грошей, капіталу, найманої праці, капіталізму тощо. Сучасне розуміння товару поширюється на все, що здатне задовольнити різноманітні людські потреби: підприємства, особистості, ідеї, усі види людської діяльності.

3. Аналіз нормативно-правових актів показав, щодо визначення сутності товарів дозволяє виділити основні фактори, на яких акцентується увага при її визначенні. Найважливішими з них є: матеріальний виріб, придбаний чи отриманий від юридичних чи фізичних осіб і призначений для продажу; матеріальна або нематеріальна власність, яка призначена для реалізації; продукт праці, що реалізується на ринку, об'єкт купівлі-продажу; продукція, що знаходиться у сфері обороту (на складах виробничих підприємств, торговельних організаціях, роздрібній торговельній мережі, в дорозі) призначена для продажу; все те, що може задовольнити певну потребу.

Список використаних джерел:

1. Бабаєв Ю. А. Бухгалтерський фінансовий учет : учебник [для вузов] / Бабаєв Ю. А., Петров А. М., Макарова Л. Г. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 587 с.
2. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
3. Башнянин Г. І. Політична економія / Башнянин Г. І., Лазур П. Ю., Медведєв В. С. – К. : Ніка – Центр, Ельга, 2000. – 527 с.
4. Бухгалтерський фінансовий облік : підруч. – [для студ. спец. "Облік і аудит" ВНЗ] [Електронний ресурс] / за ред. Ф. Ф. Бутинця. – [8-ме вид., допов. і перероб.]. – Житомир : ПП "Рута", 2009. – 912 с. – Режим доступу : <http://www.ex.ua/17815056>.
5. Гальчинський А. С. Основи економічних знань : навч. посіб. / А. С. Гальчинський. – К. : Вища школа, 2002. – 543 с.
6. Государственный стандарт ГОСТ 51303-99 «Торговля. Термины и определения» [Электронный ресурс] : Постановление Госстандарта России от 11.08.1999 № 242-ст. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135475/.
7. Державний стандарт України 3993-2000 «Товарознавство. Терміни та визначення» [Електронний ресурс] : Наказ Держстандарту України від 31.10.2000 р. № 627 – Режим доступу : <http://asayan.org/potr/f/Tovarovoznavstvoof/main.html>.
8. Карпінський Б. А. Фінансово-інвестиційний словник / Б. Карпінський, О. Герасименко. – Л. : Магнолія Плюс, 2005. – 304 с.
9. Ковальчук Т. Л. Фінансовий облік / Т. Л. Ковальчук. – [2-ге вид.]. – К. : Знання, 2006. – 287 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; пер. с англ. – [под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Питер, 2000. – 752 с.
11. Лень В. С. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика : навч. посіб. [Електронний ресурс] / В. С. Лень, В. В. Гливіченко. – [3-тє вид.]. – К. : ЦУЛ, 2008. – 608 с. – Режим доступу : <http://subject.com.ua/pdf/27.html>.
12. Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства: методика вирішення планово-економічних творчих задач : навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, Л. В. Клоченко. – К. : КНТЕУ, 2005. – 295 с.
13. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : підруч. – [для вузів] / А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, Л. О. Лігоненко. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
14. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [Електронний ресурс] : Міжнародний документ IASB від 01.01.2012 р. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_021.
15. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Кодекс Республики Беларусь от 29.12.2009 г. № 71-3. – Режим доступа : <http://www.nalog.gov.by/ru/nalog-kodeks-2013-ru/>.
16. Национальный стандарт бухгалтерского учета 2 «Запасы» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Республики Молдова от 06.08.2013 г. № 118. – Режим доступа : <http://www.contabilsef.md/libview.php?l=ro&idc=499&id=11031&t=/SNC-2015/ncbu-zapaci/>.
17. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ. – Режим доступа : <http://www.zakonrf.info/nk/>.
18. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3. – Режим доступа : <http://guprminsk.by/uploads/documents/main.aspxzz.pdf>.
19. Основи економічної теорії : підруч. – [для студ. вищ. навч. закл.] ; за ред. В. І. Мочерного. – К. : Знання, 2003. – 348 с.
20. Положение по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 09.06.2001 № 44н. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32619/.
21. Положение по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов» [Электронный ресурс] : Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 09.06.2001 № 44н. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32619/.
22. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
23. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
24. Про рекламу [Електронний ресурс] : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/page1>.
25. Про ціни та ціноутворення [Електронний ресурс] : Закон України від 21.06.2012 р. № 5007-VI. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
26. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
27. Саченко Л. І. Место товаров и товарных запасов в деятельности торговых предприятий // Л. І. Саченко, Л. П. Никитина // Вісн. Миколаїв. нац. ун-ту ім. В. О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 4. – С. 1037-1040.
28. Свідерський Є. І. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Є. І. Свідерський. – К. : КНЕУ, 2004. – 233 с. – Режим доступу : http://www.ecstudy.com.ua/literature/b500015_sviderskiy_buxgalterskiy_oblik_v_galuzyah_ekonomiki.htm.
29. Хоменко Н. В. Товарні запаси: проблеми обліку, контролю та звітності : монограф. / Хоменко Н. В., Карпенко О. В., Верига Ю. А. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 153 с.
30. Чебанова Н. В. Бухгалтерський фінансовий облік : посіб. / Н. В. Чебанова, Ю. А. Василенко. – К. : Академія, 2002. – 672 с.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ»

У статті; проаналізовано економічну сутність категорії «інвестиційна привабливість», яка наводиться у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників; згруповано систему показників, що визначають рівень інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.

Сучасний стан економіки країни характеризується значною нестабільністю і відповідно відображається на динаміці діяльності як окремих підприємств, так і галузей економіки. Зниження темпів зростання обсягів виробництва окремих підприємств, зменшення приросту їх обсягів, накладає негативний відбиток на результативність їх діяльності. Ситуація що склалася має небажаний вплив як на основну, так і на фінансову та інвестиційну діяльність підприємств. Активізація інвестиційної діяльності та процесів, що з нею пов'язані, значною мірою впливає на стан суб'єктів господарювання та результативність їх діяльності. Розширення спектру інвестиційної діяльності буде мати позитивні наслідки на як на діяльність окремих підприємств, так і галузей в цілому. Результативність інвестиційної діяльності та її вплив на функціонування підприємств значною мірою залежить від реальної та неупередженої оцінки інвестиційної привабливості господарюючих суб'єктів [22, с. 154].

Теоретичним та методичним аспектам поняття та оцінки інвестиційної привабливості присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: Г.М. Азаренкова, М.І. Баканова, І.О. Бланка, Т.Д. Костенко, Т.Б. Крилової, Л.А. Лахтіонової, Я.Д. Крупки, Є.О. Підгори, Г.В. Савицької, В.І. Стражевої, Н.В. Тарасенко, О.О. Терещенка, Д.А. Ендовицького, М.Н. Крейніної, О.Д. Шеремета, К.Е. Мейєра, Ю. Бгіґхема, У. Шарпа та ін.

У теорії не існує загальноприйнятого розуміння поняття «інвестиційна привабливість підприємства». Підприємство повинно максимально підвищувати свою інвестиційну привабливість для того, щоб інвестор вклав гроші у його проект, тому дефініція поняття «інвестиційна привабливість» має суттєве значення при активізації інвестиційного потенціалу, а більш повне його розуміння дозволить прискорити віддачу з залучення іноземних інвестицій в українські підприємства [7, с. 415].

На думку І.О. Бланка, інвестиційна привабливість – інтегральна характеристика, до якої входить інвестиційний клімат, рівень розвитку інвестиційної інфраструктури і можливості залучення інвестиційних ресурсів, які в сукупності суттєво впливають на формування прибутковості інвестицій і рівень інвестиційних ризиків [5]. У своїй попередній праці науковець розкривав сутність інвестиційної дещо по іншому, а саме як «... справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища потенційного можливого інвестування, іншими словами інвестиційна привабливість – інтегральна характеристика окремих підприємств майбутнього інвестування з позиції перспективи розвитку, обсягів і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів їх ліквідність, стан фінансової стійкості, та плато- та кредитоспроможності» [4, с. 35].

За визначенням М.Н. Крейніної, інвестиційна привабливість залежить від всіх показників, що характеризують фінансовий стан. У свою чергу, якщо звизити проблему, то інвесторів цікавлять показники, що впливають на прибутковість капіталу підприємства, курс акцій і рівень дивідендів [15, с. 47]. Визначення Крейніної М.Н. являють собою традиційний підхід до визначення «інвестиційної привабливості» підприємства.

Схожі точки зору на поняття інвестиційна привабливість окреслені у працях Д.О. Ендовицького, Л.Т. Гіляровської, В.М. Власової та Е.І. Крилова та ін. Вони під інвестиційною привабливістю розуміють оцінку ефективності використання власного і позикового капіталу, аналіз платоспроможності та ліквідності (аналогічне визначення – структура власного і позикового капіталу і його розміщення між різними видами майна, а також ефективність їх використання) [10, 11, 16].

Л.С. Валінурова і О.Б. Казакова розглядають інвестиційну привабливість підприємства як «сукупність об'єктивних ознак, властивостей, засобів і можливостей, які обумовлюють потенційний платоспроможний попит на інвестиції» [8]. Схожу думку висловлює і Н.О. Гребенюк. Інвестиційна привабливість, з його точки зору, «... це комплексний показник, що характеризує доцільність інвестування коштів у дане підприємство» [9, с. 13].

Не можна не відзначити велику широту таких трактувань, проте їх негативною стороною є розмитість і відсутність конкретики. У табл. 1 наведено трактування поняття «інвестиційна привабливість» у працях різних дослідників.

Отже, проведений моніторинг літературних джерел з економіки, фінансів, інвестування тощо дав змогу синтезувати наступне визначення інвестиційної привабливості підприємства – це його інтегральна характеристика як об'єкта майбутнього інвестування з позиції перспектив продажу (динаміки обсягів продажу, конкурентоспроможності продукції), ефективності використання ресурсів і активів, їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості, а також низки неформалізованих показників.

Систематизація підходів до інвестиційної привабливості підприємства з функціональної та підпорядкованої іншим стратегічним напрямками розвитку або це загально корпоративна стратегія для підприємств, зайнятих розробкою та реалізацією інвестиційних проектів.

Аналізуючи точки зору різних вчених-економістів (табл. 1) показують, що основними обговорюваними моментами є:

1. Визначення місця і ролі інвестиційної привабливості в системі фінансового менеджменту – чи є інвестиційна привабливість

2. Визнання відособленості інвестиційної привабливості за механізмами її формування та реалізації на узвіз особливостей внутрішньо-фірмової організації та ресурсозабезпечення, використання науково технологічної бази та багатфакторного характеру результатів інвестиційної діяльності, безпосередньо залежною від «людського фактор».

3. Обґрунтування ступеня централізованого державного регулювання та формування основних інститутів розвитку інвестиційного процесу.

4. Включення інвестиційної привабливості господарюючого суб'єкта в число пріоритетних напрямків соціально-економічної системи і передбачення раціонально орієнтованого характеру інвестиційної стратегії натомість технократичному і адміністративному підходам [8].

Таблиця 1

Поняття «інвестиційна привабливість» з точки зору різних науковців

№ з/п	Автор та джерело	Визначення
1	Агеєнко А.А. [1, с. 48]	Узагальнююча характеристика сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних тощо передумов, що визначають доцільність інвестування в ту або іншу господарську систему
2	Алексєєнко Л.М. [2, с. 18]	Узагальнена характеристика переваг і недоліків окремих об'єктів інвестування з точки зору конкретного інвестора згідно зі сформованими ним критеріями. Використовується для оцінки при розробці інвестиційної стратегії підприємства і диверсифікації його інвестиційного портфеля
3	Афонічкін А.І. [3, с. 316]	Доцільність вкладення у підприємство вільних грошових коштів
4	Бочаров В.В. [6, с. 37]	Це наявність економічного ефекту (доходу) від вкладення грошей при мінімальному рівні ризику
5	Євтушенко С.О., Єпіфанов А.О., Дехтяр А.Н., Мельник Т.М. [11, с. 15]	Це сукупність характеристик його (підприємства) виробничої, комерційної, фінансової і управлінської діяльності та особливостей інвестиційного клімату, що свідчать про доцільність здійснення інвестицій в нього
6	Ендовицький В.О., Бабушкін В.А., Батуріна Н.О. [12, с. 158]	Це сукупність взаємопов'язаних між собою характеристик економічного потенціалу, прибутковості операцій з активами та інвестиційного ризику господарюючого суб'єкта, що володіє певною здатністю до сталого розвитку в умовах конкурентного середовища та відповідає допущенню про безперервність діяльності
7	Завгородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. [13, с. 358]	Узагальнювальна характеристика переваг і недоліків інвестування окремих об'єктів чи напрямів з позиції конкретного інвестора
8	Задорожна Я.Є., Дядечко Л.П. [14, с. 46]	Це не тільки фінансово-економічний показник, а модель кількісних і якісних показників – оцінок зовнішнього середовища (політичного, економічного, соціального, правового) і внутрішнього позиціонування об'єкта у зовнішньому середовищі, оцінка його фінансово-технічного потенціалу, що дасть змогу варіювати кінцевий результат
9	Крилов Е.І., Власова В.М., Журавкова І.В. [16, с. 42]	Це самостійна економічна категорія, яка характеризується не тільки стійкістю фінансового стану підприємства, а й перебуває в залежності від конкурентоспроможності продукції, клієнтоорієнтованості підприємства та рівня інноваційної діяльності господарюючого суб'єкта
10	Макарий Н.П. [19, с. 52]	Це справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта
11	Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. [20, с. 495]	Сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо-, та мікрорівнях
12	Покропивний С.Ф. [21, с. 96]	Інтегрована фінансово-економічна оцінка тієї чи іншої фірми як потенційного об'єкта інвестування
13	Стровський Л.Є. [23, с. 324]	Це система заходів, спрямована на стимулювання залучення інвестицій і регулювання джерел отримання та напрямки використання інвестицій для підприємства
14	Супрун С.Д. [24, с. 82]	Це фінансово-майновий стан підприємства, ефективність використання його ресурсів, а також якісні характеристики: професійні здібності керівництва, галузева та регіональна приналежність підприємства, стадії життєвого циклу, добросовісність підприємства як партнера

Сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства», розглядається через ринкові аспекти її прояву (позиціонування компанії-здобувача інвестицій відносно інших конкурентів за інвестиційні ресурси на ринку капіталів) та управлінські важелі забезпечення (формування відносин із ринком капіталів, обґрунтування інвестиційних рішень і реалізацію інвестиційних проектів) і визначається як сукупність характеристик підприємства, що забезпечує йому певний рівень конкурентоспроможності на ринку капіталів, дозволяє привертати увагу інвесторів, успішно залучати та освоювати інвестиції [18, с. 31-32].

Питання визначення ключових параметрів інвестиційної привабливості підприємства, важливих для інвесторів, можливо вирішити через співставлення потреб залучення інвестицій і цілей інвесторів відповідно до стадії життєвого циклу підприємства [17, с. 406]. Аналіз ідентифікованих параметрів дозволив виокремити такі напрями забезпечення інвестиційної привабливості на підприємстві: фінансовий, управлінський, ринковий і ресурсний, що покладено в основу системи показників оцінки інвестиційної привабливості підприємства (рис. 1) [18, с. 32].

Із даних рис. 1 видно, що система показників оцінки інвестиційної привабливості представлена інтегральним показником, що є сумою інтегральних показників напрямів забезпечення інвестиційної привабливості підприємства: «Фінансовий стан», «Якість управління», «Ринкові перспективи» та «Ресурсний потенціал», які у свою чергу визначаються відповідними груповими та одиничними показниками.

За результатами висвітлення економічної сутності поняття «інвестиційна привабливість» можна зробити наступні висновки:

1. Інвестиційна привабливість підприємства – це досить складне і докладно не вивчене поняття, на яке впливає велика кількість факторів як зовнішніх, так і внутрішніх і не можна з достовірною точністю сказати, вплив якої з груп (внутрішніх або зовнішніх) домінує.

2. Вирішення завдань оцінювання інвестиційної привабливості підприємства з метою залучення інвестицій полягає не лише в оцінці рівня показників, а й у визначенні напрямів забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.

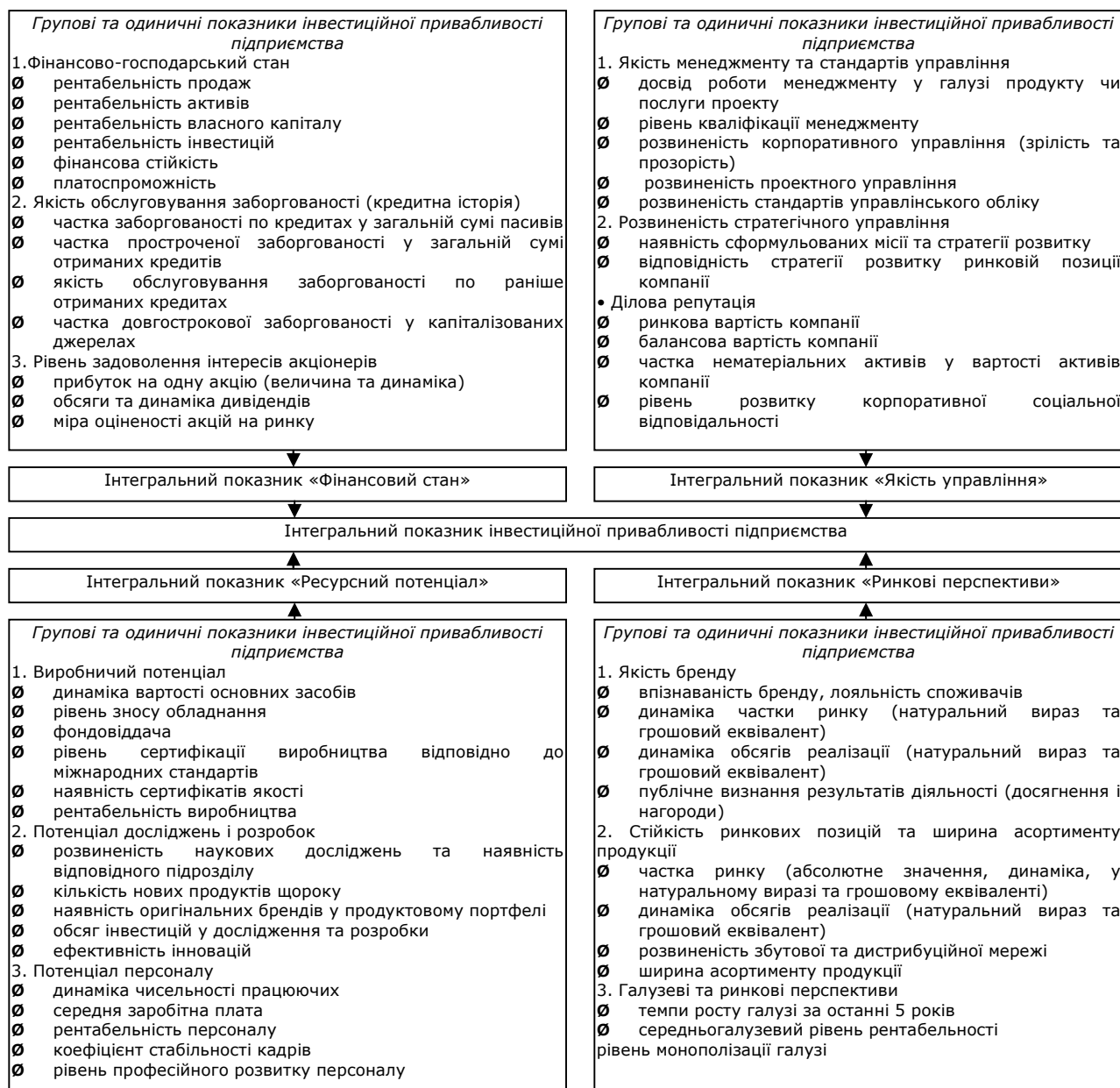


Рис. 1. Система показників оцінки рівня інвестиційної привабливості підприємства [18, с. 32]

3. Основними напрямками сучасних досліджень є уточнення поняття «інвестиційна привабливість», систематизація факторів, що на неї впливають, удосконалення форм фінансової звітності в системі оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.

4. Інвестиційна привабливість підприємства – це багаторівнева інтегральна характеристика сукупності економіко-психологічних аспектів оцінки підприємства, побудована при тісній взаємодії з потенційними інвесторами, яка відповідає їх вимогам та забезпечує позитивний ефект від вкладень. У якості економічних аспектів оцінки використовують групи інтегральних показників «Фінансовий стан», «Якість управління», «Ресурсний потенціал» та «Ринкові перспективи».

Список використаних джерел:

- Агеенко А. А. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики региона и отдельных хозяйствующих субъектов / А. А. Агеенко // Вопросы статистики. – 2012. – № 6. – С. 48-52.
- Алексеев Л. М. Ринки фінансового капіталу: становлення, проблеми та перспективи розвитку : монограф. / Л. М. Алексеев. – К. : Вид. Уд-к «Максимум», 2004. – 424 с.
- Афоничкин А. И. Основы менеджмента : учебник [для ВУЗов] / А. И. Афоничкин. – СПб. : Питер, 2007. – 528 с.
- Бланк И. О. Инвестиционный менеджмент / И. О. Бланк. – К. : МП «ИТЕМ ЛТД», «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. – 448 с.
- Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учеб. курс. [Электронный ресурс] / И. А. Бланк. – 2001. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр. – 448 с. – Режим доступа : <http://review3d.ru/blank-i-a-investicionnyj-menedzhment>.
- Бочаров В. В. Инвестиционный менеджмент : учеб. пособ. [Электронный ресурс] / В. В. Бочаров. – СПб. : Питер : 2000. – 160 с.

7. Бутенко Д. С. Фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства / Д. С. Бутенко // Вісн. Миколаїв. нац. у-ту ім. В. О. Сухомлинського. Сер. «Глобал. та нац. пробл. економ.». – 2014. – Вип. 4. – С. 415-418.
8. Валинурова Л. С. Управление инвестиционной деятельностью : учебник [Электронный ресурс] / Л. С. Валинурова, О. Б. Казакова. – М. : КноРус, 2005. – 384 с. – Режим доступа : http://www.cataloxy.ru/books/2350717_upravlenie-investitsionnoy-deyatelnostyu.htm.
9. Гребенюк Н. О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення / Н. О. Гребенюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 12. – С. 12-17.
10. Гитляровская Л. Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций : учеб. пособ. / Л. Т. Гитляровская, А. В. Ендовицкая. – М. : ЮНИТИ-ДИАНА, 2012. – 159 с.
11. Ендовицкий Д. А. Анализ инвестиционной привлекательности организации : научное издание / [Д. А. Ендовицкий, В. А. Бабушкин, Н. А. Батурина и др.]; под ред. Д. А. Ендовицкого. – М. : КНОРУС, 2010. – 376 с.
12. Євтушенко С. О. // Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання : монограф. / С. О. Євтушенко, А. О. Єпіфанов, Н. А. Дехтяр, Т. М. Мельник ; ред. А. О. Єпіфанов. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
13. Завгородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Завгородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – [4-те вид., випр. і доп.]. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2002. – 566 с.
14. Задорожна Я. Є. Підвищення інвестиційної привабливості підприємства, як напрямок залучення інвестиційних ресурсів / Я. Є. Задорожна, Л. П. Дядечко // Сучасність, наука, час: Матеріали VI наук.-практ. інтернет-конфер., 16-17 листопада 2009 р. – Донецьк: ДНУ, 2009. – С. 45-48.
15. Крейнина М. Н. Финансовый менеджмент : учеб. пособ. / М. Н. Крейнина. – М. : Дело и Сервис, 1998. – 304 с.
16. Крылов Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учеб. пособ. / Крылов Э. И., Власова В. М., Журавкова И. В. – М. : Финансы и статистика. – 2003. – 609 с.
17. Кубарева І. В. Концептуальні засади забезпечення інвестиційної привабливості підприємства / І. В. Кубарева, Л. П. Батенко // Економічний аналіз: зб. наук. пр. / відп. ред. С. І. Шкарабан. – Тернопіль : ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2012. – Вип. 10. – Ч. 2. – С. 405-409.
18. Кубарева І. В. Методичні та прикладні аспекти оцінки інвестиційної привабливості підприємства / І. В. Кубарева // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – С. 31-40.
19. Макарий Н. П. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. П. Макарий // Економіст. – 2010. – № 10. – С. 52-57.
20. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підруч. / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. – [7-те вид., перероб. та допов.]. – К. : КНТЕУ, 2008. – 552 с.
21. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підруч. / С. Ф. Покропивний. – К. : КНЕУ, 2001. – 358 с.
22. Рзаєв Г. І. Напрямки оцінки інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання за показниками фінансової звітності / Г. І. Рзаєв // Вісн. Хмельниц. нац. у-ту. Сер. «Економ. наук.». – 2015. – № 1. – С. 154-159.
23. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник / Л. Е. Стровский. – [5-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 498 с.
24. Супрун С. Д. Оцінка ефективності інвестиційних проектів підприємств / С. Д. Супрун // Фінанси України. – 2013. – № 4. – С. 82-87.

Алла Мотрюк, 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф,

Наук. кер. - Пенюк В.О.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КОМПЕТЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ВИДИ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА

У статті розкрито основні аспекти змісту і сутності поняття компетенцій персоналу. Запропоновано визначення власного поняття на основі досліджуваних джерел, а також узагальнено класифікацію видів компетенцій та виділено її ключові складові.

В сучасних умовах розвитку економіки в Україні та світі можна констатувати, що забезпечення довгострокового успіху підприємства та його конкурентоспроможності вже визначається не тільки наявністю та можливістю залучення матеріальних і фінансових ресурсів. Період зростання компаній внаслідок розвитку матеріальних активів закінчується, а управління персоналом та їх знаннями стає пріоритетним напрямком розвитку підприємств. Так як кваліфікований персонал є одним із ключових факторів успішного розвитку будь-якого підприємства, важливо на сучасному етапі розвитку економіки надавати значення забезпечення підприємств саме цими ресурсами.

У мінливих умовах ринкового середовища запорукою успішного функціонування підприємства є персонал. А накопичені ним знання, вміння, навички та досвід стають найголовнішим показником успіху в умовах конкуренції. Однак високого інтелекту, ґрунтовних знань виявляється не достатньо, оскільки зазначені якості визначають лише загальні професійні характеристики працівника. На сьогодні, окрім кваліфікаційних, функціональних, стратегічних вимогам, до фахівців висувається низка особистісних, соціальних, моральних компетенцій, таких, як креативність, контактність, стресостійкість, ініціативність, можливість протистояти тиску, гуманність, швидка адаптація, емоційна зрілість, вміння пристосовуватися до швидких змін і нових потреб ринку праці, бути обізнаним щодо нової інформації, уміти її аналізувати, активно діяти, швидко приймати рішення й навчатися упродовж всього життя. Тому в реаліях сьогодення питання оцінки персоналу стоїть надзвичайно гостро, а необхідність його вирішення та реалізації вже не викликає сумнівів. Практично жоден напрямок кадрової роботи в організації не може обійтися без оцінки персоналу.

Вагомий внесок у формулювання і теоретичну розробку проблем компетенцій в системі оцінки результативності діяльності персоналу внесли такі відомі зарубіжні вчені як М. Армстронг, Т. Базаров, Л. Байєрс, Б. Генкін, Ф. Герцберг, Г. Десслер, П. Друкер, О. Єгоршин, О. Кібанов, А. Козлов, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон, Ф. Тейлор, В. Травін, В. Фокін, С. Шекшня та інші. Серед вітчизняних науковців дана проблематика розкрита у працях таких науковців як Л. Балабанова, М. Вороніна, О. Гаврилова, В. Герасимчук, В. Данюк, О. Крушельницька, О. Колот, Ю. Лисенко, Т. Максименко, О. Новікова, О. Пушкар, О. Сердюк, А. Чернявський, Н. Чумаченко, Г. Щокін, О. Ястремська та інші.

Метою написання статті є уточнення сутності поняття «компетенція» та визначення видів компетенцій персоналу сучасних підприємств.

Згідно академічного тлумачного словника української мови, поняття «компетенція» є двозначним, в першому випадку воно означає добру обізнаність із чим-небудь, а в іншому - коло повноважень якої-небудь організації, установи або особи [1]. А, згідно С.Удета, компетенція – це основна характеристика особи, яка лежить в основі ефективного або

відмінного виконання поставлених завдань. Автор вважає, що це може бути мотив, риса, навик, аспект уявлення людини про самого себе чи своєї соціальної ролі, а також знання, яким вона користується [2].

Також в сучасній науковій літературі зустрічаються такі тлумачення поняття, згідно яких компетенція - це:

- рівень загальної та професійної підготовки працівника, а також широта професійного світогляду, що дозволяє йому адекватно реагувати на вимоги конкретного робочого місця чи виконуваної роботи, які постійно змінюються [3].
- сукупність індивідуальних характеристик, знань та вмінь працівників, що визначають якість виконання роботи та є обумовленими поведінкою в ділових обставинах [4].
- особисті риси людини, які обумовлюють рівень знань та вмінь, котрі працівник може ефективно використовувати та адаптувати в різних ситуаціях та умовах праці [5].

В результаті вивчення сутності поняття, ми пропонуємо під компетенцією персоналу розуміти сукупність рис, характеристик, знань та умінь людини, які працівник може або ефективно використовує для виконання завдань за різних ситуацій та умов.

Визначивши, що таке компетенція, варто визначити її основні види, які повинні бути притаманні персоналу сучасних підприємств. Компетенція є сталою частиною людської особистості і може зумовлювати поведінку людини в різних ситуаціях та під час виконання робочих завдань. Вона складається з багатьох особистісних параметрів (темпераменту, емоційно-вольової сфери, рівня інтелекту та розумових здібностей, мотивів, установок, знань і навичок). Так, наприклад, комунікаційна компетенція повністю виявляється в тому, наскільки ефективно людина веде переговори, як вона впливає на людей і як працює в команді. Поведінкова компетенція описує поведінку працівника в процесі вирішення завдань, які ведуть до досягнення нею потрібних результатів у роботі тощо.

За загальною класифікацією Е. Лінчевського до основних видів компетенцій відносяться: кваліфікація працівників; орієнтація діяльності; мотивація; ерудиція; почуття власної гідності; інтуїція; стиль діяльності та керівництва; відповідність суб'єкта системі, якою управляють (прийняття чи не прийняття суб'єкта системою, якою управляють) тощо [6]. С. Воробей називає такі види компетенції як професіоналізм, якість праці, самостійність, орієнтованість на споживача, корпоративність, інтенсивність, орієнтація на розвиток [3].

Деякі джерела виділяють ще й такі види компетенцій [10]:

- набуті - знання та вміння, набуті на роботі, а також в ході навчання і повсякденній діяльності (оцінка цих компетенцій здійснюється за допомогою тестів здібностей);
- природні - базові якості особистості (екстраверсія/інтроверсія, емоційна стабільність/тривожність, приємність/цинізм, сумлінність/спонтанність) (оцінка природних компетенцій проводиться на основі особистісних тестів);
- адаптивні - набір якостей, що дозволяють індивіду досягати мети в новому робочому середовищі (оцінка адаптивних компетенцій здійснюється також за допомогою особистісних тестів). Джерело адаптивних компетенцій укладено в емоційних здібностях особистості, які не є вродженими, а можуть бути набутими і розвиненими.

В науковій літературі зустрічається ще поділ компетенцій за рівнями, а саме виділяють [9]:

- корпоративні (або ключові) компетенції, які підтримують проголошену місію та цінності компанії, і, як правило, застосовуються до будь-якої посади в організації. Вони включають в себе ділові та особистісні якості, які повинні бути притаманні кожному співробітнику компанії. Часто перелік корпоративних компетенцій можна зустріти в презентаційних та інформаційних матеріалах компанії.
- керуючі компетенції, які застосовуються щодо керівних посад всіх рівнів управління. Включають в себе здібності та особистісні якості, складові сукупність умінь і навичок, необхідних керівникам для успішного досягнення бізнес-цілей та використовуються для оцінки керівників.

Практика показує, що деякі організації використовують тільки ключові компетенції, інші розробляють і використовують тільки управлінські - для проведення оцінки топ-менеджерів, а частина компаній розробляє тільки спеціальні/технічні компетенції для груп посад різних департаментів.

Крім особистого характеру, мотивів і здібностей, на індивідуальну поведінку, також впливають цінності і принципи, прийняті в організації. Особливо виділяючи при цьому те, яку роль ці цінності і принципи повинні відігравати у щоденній діяльності працівника. Адже деякі компанії включають корпоративні принципи і цінності в модель компетенцій і піклуються про те, щоб поведінка персоналу відповідала прийнятим установкам.

Проте, очевидно, що проблема створення загальноприйнятної моделі компетентності, її різновидів для різних категорій працівників та класифікації ключових компетенцій ще очікує на своє подальше дослідження та вирішення. Не викликає сумніву значний вплив рівня компетентності персоналу підприємства на загальний стан потенціалу персоналу, потенціалу підприємства в цілому, і, таким чином, на забезпечення конкурентоспроможності організації.

Беручи до уваги аналіз сучасної наукової літератури та запропоновану класифікацію видів компетенцій персоналу згідно Н.Демянченко, пропонуємо таку класифікацію видів компетенцій персоналу, яка зображена на рисунку 1.

Отже, роблячи висновок щодо компетенцій персоналу, варто відмітити, що їх можна визначати за такими класифікаційними ознаками, як: за змістом, за суб'єктами, за рівнем вираженості, за фактом часу, за системою вимог, за рівнем ієрархії менеджменту та ролі керівника, за сферами діяльності, за результатами використання тощо.

Поняття компетентності персоналу тісно пов'язане із поняттям кваліфікації, а деякі автори навіть отождествлюють їх [7]. Проте ми не погоджуємося, що ці слова є синонімічними. Оскільки компетентність - це ступінь кваліфікації працівника, який дозволяє успішно виконувати завдання, що стоять перед ним. А, кваліфікація - рівень підготовленості, майстерності, ступінь готовності до виконання праці за визначеною спеціальністю чи посадою, що визначається розрядом, класом чи іншими атестаційними категоріями. В свою чергу професійні якості особистості - це те, що виділяє професіонала серед представників своєї ж сфери діяльності. Тобто мова йде про певні універсальних якостях людини та професіонала, незалежно від конкретної сфери діяльності, завдяки яким він стає ефективніше інших. Таким чином, поняття професійної компетентності окрім

професійних, функціональних знань, передбачає наявність практичних вмінь і навичок, які формуються в результаті певного досвіду і стають запорукою конкурентоспроможності фахівця [8].

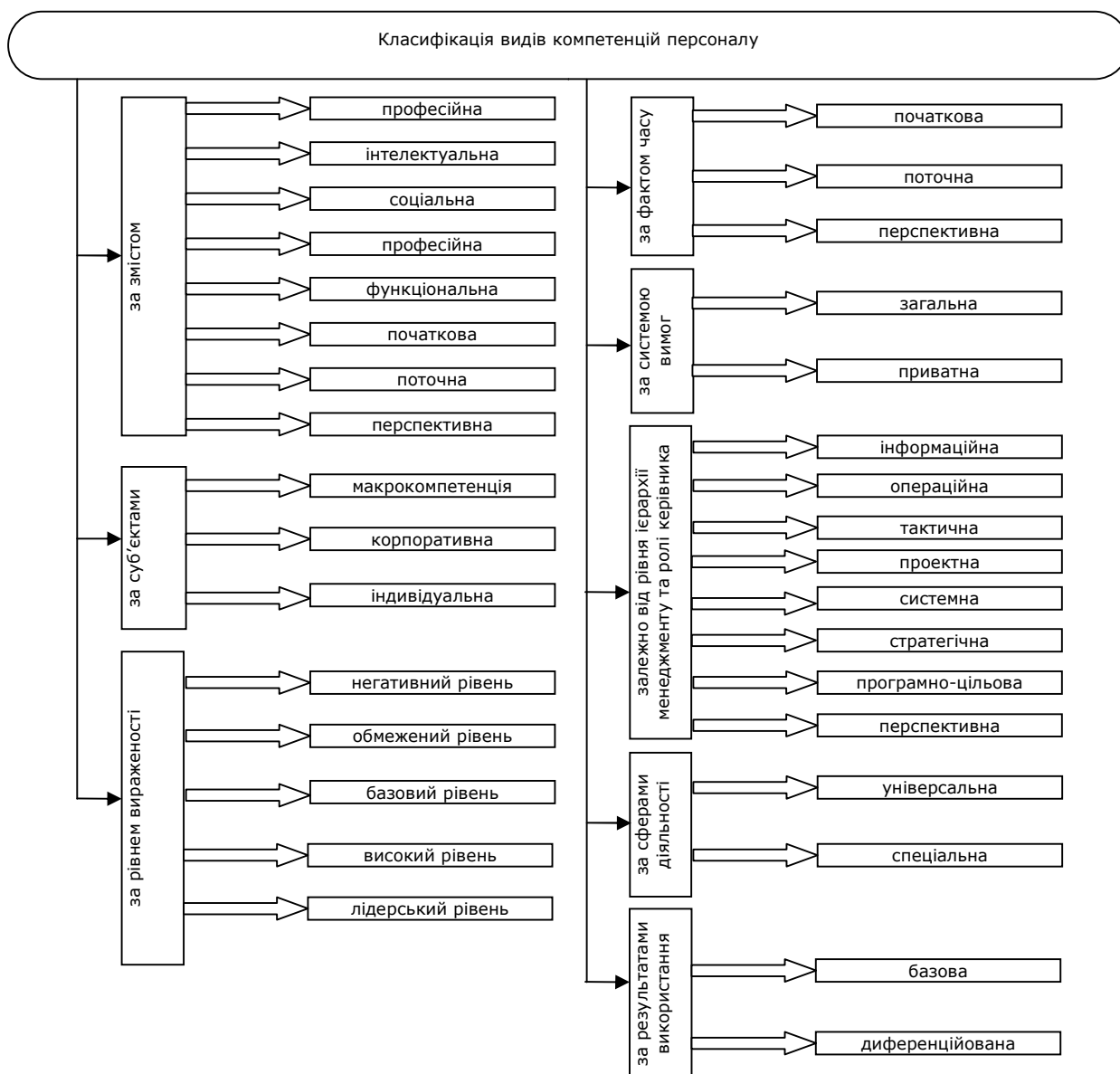


Рис.1 Класифікація видів компетенцій персоналу підприємства

Існує ще один термін, який вважають синонімічним до поняття професійна компетентність. У вітчизняній літературі знаходимо таке поняття, як професійно важливі якості працівника, які трактуються як психофізіологічні, психологічні характеристики та здатності, що формуються, розвиваються у процесі професійної підготовки й діяльності та є основою їх успішності. Професійно важливі якості розвиваються у процесі професійної підготовки та діяльності; є передумовою придатності до певного виду діяльності [9]. Однак у реальній дійсності, відповідно до конкретних умов та конкретного підприємства, працівник повинен мати первинний набір професійно-важливих якостей, який змінюється, удосконалюється під впливом умов професійної діяльності, набуває більш високого рівня розвитку, переходячи у ширше поняття - компетентність, яка передбачає професійно-важливі характеристики та якості, що впливають на ефективність роботи персоналу на конкретному підприємстві, та особистісні характеристики, які цінуються практично скрізь (комунікативні навички, організованість, швидка адаптивність, адекватність, захопленість своєю роботою, стресостійкість) [10].

Отже, компетенція – це професійно-статутні можливості щодо здійснення людиною її повноважень у професійній діяльності; це широкий набір професійних знань, умінь та навичок, які можна використовувати в різних ситуаціях. Професійна компетенція персоналу обов'язково повинна містити особистісний та соціальний компонент, що визначається активністю особистості до спільної діяльності в команді та реалізації поставленої мети. Основними складовими професійної компетентності персоналу є низка ключових компетенцій, що забезпечують ефективність праці та конкурентоспроможність фахівців. Тому, в свою чергу, вивчення сутності компетенцій є досить важливим, адже воно тісно пов'язано із набуттям знань та вмінь необхідних для успішної професійної діяльності особистості, а в наш час затребуваність фахівця на ринку праці, його конкурентоспроможність у значній мірі залежать від володіння ним уміннями та навичками, які можна використовувати в різних ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Словник української мови. Академічний тлумачний словник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>
2. Уиддет С. Руководство по компетенциям / С. Уиддет, С. Холлифорд. – М.: ГИППО, 2003. – 228 с.
3. Воробей С. Модель компетенций как элемент системы управления персоналом / С. Воробей // Новости турбизнеса. – 2007. – № 9. – С. 46–47.
4. Вартанова О. В. Компетенція персоналу: теоретичне визначення та складові [Текст] / О. В. Вартанова, Є. П. Скляр // Актуальні питання теорії і практики менеджменту: матеріали першої всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених, 17–19 берез. 2010 р. – Луганськ: СЛУ ім. В. Даля, 2010. – С. 274–276.
5. Недашківська Т. Професійна компетентність та компетенції державного службовця: об'єм термінологічного значення поняття / Т. Недашківська // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2008. – № 1. – С. 73–81.
6. Кибанов А.Я., Коновалова В.Г. Основы управления персоналом: Учебные материалы. – Изд-во «КордисМедиа»к, 2006.
7. Линчевский Э. Э. Мастерство управленческого общения: руководитель в повседневных контактах и конфликтах [Текст] / Э. Э. Линчевский. – СПб.: «Речь», 2002. – 292 с.
8. Арефьев А. О. Управление компетенцией и ротация человеческих ресурсов проектно-ориентированного предприятия [Электронный ресурс] / А. О. Арефьев, А. Д. Баженов. – Режим доступа: http://www.intalev.ru/aggregator/pm/id_1907/?date=2007-02-19
9. Бузько Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці [Текст]: [монографія] / Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Надьон. – Луганськ. – Вид-во СЛУ ім. В. Даля. – 2009. – 304 с.
10. Бодров В. А. Психология профессиональной деятельности: теоретические и прикладные проблемы [Текст] / В. А. Бодров. – М.: Ин-т психологии РАН, 2006. – 623 с.

Регіна Неборак, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,

Наук. кер. – Рилєєв С.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПОНЯТТЯ «ЗАРОБІТНА ПЛАТА» ТА «ОПЛАТА ПРАЦІ»: НОРМАТИВНО-ПРАВОВА БАЗА ТА СПЕЦІАЛЬНА ЛІТЕРАТУРА

У статті проаналізовано сутність понять «заробітна плата» та «оплата праці», які наведені у нормативно-правовій базі та спеціальній літературі. Висвітлено та узагальнено спільні риси та відмінності між зазначеними категоріями правових трудових відносин, бухгалтерського обліку та управління персоналом бюджетних установ сфери освіти.

У забезпеченні сталого економічного розвитку країни та інноваційного розвитку економіки освітня галузь, і перш за все, вища освіта відіграють виключно важливе значення, оскільки саме в системі вищої освіти формується висококваліфікований трудовий потенціал. Виходячи з цього, в структурі державної кадрової політики пильна увага має приділятися формуванню ефективної системи оплати та стимулювання праці у вищій освіті для забезпечення зацікавленості викладацьких та наукових кадрів у підвищенні якості освітніх послуг.

У будь-яких типах економіки, будь це планова чи ринкова, оплата праці – найважливіша категорія у системі умов праці. У ній, як в жодній іншій сфері, відбиваються усі суперечності суспільства, усі досягнення і прорахунки. Тому підходить до економічних питань оплати праці необхідно розглядати через дослідження об'єктивних реальних суспільних відносин. Саме соціально-економічні аспекти дозволяють розкрити ті проблеми, які мають місце в сучасних умовах в Україні у сфері оплати праці, і розкрити ефективні засоби та форми їх вирішення з подальшим удосконаленням нормативно-правової бази.

В Україні існує ряд проблем у системі організації заробітної плати: розміри зарплати практично відірвані від кінцевих результатів праці працівників і підприємств; недосконала диференціація оплати праці; не визначена роль мінімальної зарплати. Всі названі проблеми загострила платіжна криза, яка привела багато підприємств до заборгованості по зарплаті [5, с. 48].

У сучасній економічній літературі відсутній єдиний підхід до трактування сутності заробітної плати, однак більшість авторів сходяться на думці, що праця однозначно вважається фактором виробництва, а заробітна плата – ціною використання праці працівника.

Відповідно до Конвенції Міжнародної організації праці (МОП) № 95 «Про захист заробітної плати», прийнятої у 1949 р., поняття «заробітна плата» незалежно від назви й методу обчислення, визначається як будь-яка винагорода або будь-який заробіток, який обчислюється у грошах і встановлюється угодою або національним законодавством, котрий в силу письмового або усного договору про наймання підприємець виплачує працівникові за працю, яку виконано чи має бути виконано, або за послуги, які надано чи має бути надано [10, ст. 1].

Ст. 43 Конституції України проголошує право кожного на заробітну плату не нижчу за ту, яка встановлена законом, а також право на своєчасне отримання винагороди за працю [11].

Згідно ст. 94 Кодексу законів про працю (КЗпП) України заробітна плата – це «винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу» [8, ст. 94]. Як бачимо, це визначення є подібним до визначення, яке подано у Конвенції МОП. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства, установи, організації і максимальним розміром не обмежується. Закон України «Про оплату праці» дає подібне визначення заробітної плати і також встановлює чинники, від яких залежить її розмір [20, ст. 1].

У трудовому кодексі Російської Федерації під заробітною платою розуміють «винагороду за працю залежно від кваліфікації працівника, складності, кількості, якості та умов виконуваної роботи, а також виплати компенсаційного і стимулюючого характеру» [27].

На нашу думку, визначення заробітної плати, наведене у КЗпП та ЗУ «Про оплату праці», є дещо неповним. У цьому визначенні словосполучення «за виконану ним роботу» не зовсім відповідає усім реаліям трудових відносин в Україні, що виникають між роботодавцем та працівником. Національне трудове законодавство передбачає випадки, коли заробітна плата виплачується працівникові не за

реально виконану ним роботу чи не лише за її обсяг. Наприклад, ст. 113 КЗпП передбачає, що час простою не з вини працівника оплачується з розрахунку не нижче від двох третин тарифної ставки встановленого працівникові розряду [8, ст. 113]. У цьому випадку заробітна плата виплачується не на підставі реально виконаної роботи, а тому, що є відповідне положення у трудовому законодавстві.

Також варто зауважити, що у наведеному вище трактуванні заробітної плати згідно Конвенції МОП «Про захист заробітної плати» зроблено акцент на те, що заробітна плата є винагородою, яку роботодавець виплачує працівнику за працю шляхом укладання усного чи письмового договору, про що не згадується у визначеннях заробітної плати у національному законодавстві [10].

Більшість сучасних авторів наголошують на складності та багатогранності сутності поняття «заробітна плата», тому аналізують її з різних позицій. У табл. 1 узагальнено найпоширеніші трактування сутності заробітної плати, які зустрічаємо у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «заробітна плата» у спеціальній літературі

№ з/п	Автор, джерело	Визначення
1.	Сміт А. [24, с. 135]	Заробітна плата включає в себе вартість життєвих засобів людини, щоб вона могла працювати
2.	Рікардо Д. [21, с. 57]	Заробітна плата є грошовим виразом мінімуму засобів існування
3.	Покропивний С.Ф. [18]	Заробітна плата, як економічна категорія, відображає відносини між найманими працівниками і роботодавцями щодо розподілу новоствореної вартості (доходу)
4.	Ведерников М.Д. [3, с. 15]	Заробітна плата є первинним доходом домашніх господарств, який передбачає винагороду в грошовій або натуральній формі, що має бути виплачена роботодавцем найманому працівнику за роботу, виконану у звітному періоді
5.	Грішнова О.А. [4, с. 5]	Заробітна плата – це економічна категорія, що відображає відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості
6.	Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. [2, с. 147]	Заробітна плата – це грошова винагорода за працю робітників і службовців, яка включає додаткові виплати на соціальне забезпечення, соціальне страхування, виплати з приватних пенсійних фондів
7.	Задоя А.О. [7, с. 43]	Заробітна плата – це винагорода власника трудових ресурсів за одиницю часу надання трудових послуг
8.	Молдаванова М.І. [15, с. 396]	Заробітна плата представляє собою частину національного доходу в грошовій формі, яка надходить в особисте споживання робітників і розподіляється у співвідношенні з кількістю та якістю витраченої праці та її результатами
9.	Лучко М.Р., Бенько М.Д. [13, с. 36]	Заробітна плата – це винагорода згідно із затвердженими на підприємстві ставками (окладами) та відрядними розцінками, на умовах, передбачених трудовим договором
10.	Асташкевичер Є.Т. [1, с. 206]	Заробітна плата – це частина сукупного суспільного продукту, що розподіляється державою у грошовій формі між працівниками відповідно до економічних законів розподілу праці, тобто виходячи з кількості та якості праці
11.	Завгородний В.П. [6, с. 518]	Заробітна плата – це заробіток, розрахований, як правило, в грошовому виразі, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує за виконану роботу або надані послуги
13.	Мандибура В.О., Тимофеев В.О. [14, с.21]	Заробітна плата – грошова винагорода, яку отримує працівник за роботу протягом повного робочого часу (рік, тиждень, день).
14.	Поклад І.І. [17, с. 131]	Заробітна плата являє собою економічну форму, яка застосовується суспільством для встановлення міри праці та міри заохочення
15.	Остапенко Ю.М. [16, с. 114]	Заробітна плата розглядається як ціна, виплачувана працівникові за використання його праці, величина якої визначається ринком праці, тобто попитом на робочу силу та її пропозицією

Кожне з наведених в табл. 1 визначень, на наш погляд, правомірне і розглядається в певному теоретичному аспекті, чи не ігноруючи логічність суті досліджуваного поняття. У центрі уваги різних теорій заробітної плати стояло питання розробки та визначення її рівня. Всі вони не дають однозначного тлумачення природи заробітної плати, оскільки за своєю смисловим навантаженням дане поняття зазнавало істотних змін з плином часу. Причому, для одних країн теорії можуть бути справедливими, а для інших – неприйнятні.

У табл. 2 наведено сутність поняття «заробітна плата» з точки зору різних підходів.

Таблиця 2

Систематизовані підходи щодо трактування поняття «заробітна плата» [9]

№ з/п	Підхід або певна позиція	Сутність поняття «заробітна плата»
1.	З позицій економіки праці та права	Заробітна плата – це винагорода або заробіток, обчислений у грошовому виразі, який за трудовим договором роботодавець сплачує працівникові за роботу, яку виконано або має бути виконано
2.	З позицій економічної теорії	Заробітна плата – це економічна категорія, що відображає відносини між роботодавцем і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості. В цьому розумінні доречнішим є поняття «оплата праці», яка, крім власне заробітної плати, включає і інші витрати роботодавця на робочу силу
3.	В умовах ринкової економіки	Заробітна плата – це елемент ринку праці, що складається в результаті взаємодії попиту на працю і її пропозиції і виражає ринкову вартість використання найманої праці. В цьому розумінні найчастіше вживаються усереднені показники ставок оплати одиниці (наприклад, людино-години) праці певної якості
4.	З позицій найманого працівника (як частина його доходу)	Заробітна плата – це основна частина його трудового доходу, який він отримує в результаті реалізації здатності до праці і який має забезпечити об'єктивно необхідне відтворення робочої сили
5.	З позицій роботодавця (як витрати)	Заробітна плата – це елемент витрат виробництва, що включається до собівартості продукції, робіт (послуг)
6.	Як мотиваційний чинник	Заробітна плата – це головний чинник забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці

Дискусійним у нормативно-правових актах та в економічній літературі залишається питання теоретичного розмежування заробітної плати та оплати праці.

При детальному аналізі Законів України «Про оплату праці» [20] та «Про колективні договори та угоди» [19], глави 7 КЗпП [8], вважаємо, що поняття заробітної плати та оплати праці не можна вживати синонімами, тому що вони мають суттєві відмінності. У преамбулі Закону України «Про оплату праці» сказано, що він «...визначає економічні, правові й організаційні основи оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах на основі трудового договору з підприємствами, установами, організаціями усіх форм власності, а також з окремими громадянами, сфери державного та договірної регулювання оплати праці, і спрямований на забезпечення стимулюючої та відтворювальної функції заробітної плати» [20]. Тобто очевидним є те, що оплата праці є родовим поняттям, більш широким, яке включає у себе поняття заробітної плати.

У табл. 3 наведено розкриття сутності «оплата праці» різними дослідниками.

Таблиця 3

Трактування сутності поняття «оплата праці» у спеціальній літературі та нормативній базі

№ з/п	Автор, джерело	Визначення
1.	Трудовий кодекс Російської Федерації [27]	Оплата праці – система відносин, пов'язаних із забезпеченням встановлення і здійснення роботодавцем виплат працівникам за їх працю відповідно до законів, іншими нормативними правовими актами, колективними договорами, угодами, локальними нормативними актами та трудовими договорами
2.	Трудовий кодекс Республіки Казахстан [26]	Оплата праці – система відносин, пов'язаних із забезпеченням роботодавцем обов'язкової виплати працівникам винагороди за його працю відповідно до цього Кодексу та іншими нормативними правовими актами Республіки Казахстан, а також угодами, трудовим, колективним договорами й актами роботодавця
3.	Жернаков В.В. [25, с. 49]	Оплата праці – це законодавчо закріплені можливості, що втілюються державою у нормах, які встановлюють численні варіанти поведінки суб'єктів трудових відносин. Завдяки вибору і застосуванню на практиці цих варіантів створюється результат у вигляді конкретної заробітної плати
4.	Савченко В.А. [22, с. 34]	Під оплатою праці прийнято розуміти виражену в грошовій формі частину вартості створеного працюю продукту, що видається працівникові підприємством, коли він працює або іншими наймачем
5.	Кудіна І.О. [12, с. 189]	Оплата праці є основним джерелом доходів працівників, тому її величина значною мірою характеризує рівень добробуту всіх членів суспільства
6.	Завгородній В.П. [6, с.45]	Оплата праці – це переважна більшість коштів, спрямованих на споживання, що є частку доходу (чистої продукції), яка від кінцевих результатів роботи колективу розподіляється між працівниками відповідно до кількості і якості витраченого праці, реальним трудовим внеском кожного і розміром вкладеного капіталу
7.	Покропивний С.Ф. [18]	Оплата праці – це будь-який заробіток, обчислений, як правило, у грошовому виразі, що його за трудовим договором власник або вповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги

У нашому дослідженні ми цілком підтримуємо позицію А. Колота та інших дослідників-економістів, які у своїх працях обґрунтовують значні відмінності між цими категоріями. На думку А. Колота, оплата праці є синонімом не заробітної плати, а поняття «організація заробітної плати». Оплата праці – це система відносин, пов'язаних із забезпеченням встановлення та здійснення власником (роботодавцем) виплат працівникам за використання їх ресурсу праці (надані послуги робочої сили) відповідно до законів, інших актів і трудового договору [9]. Таким чином, у той час як заробітна плата ототожнюється із предметом, оплата праці є системою відносин, механізмів та способів, тобто певним процесом.

В результаті проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

1. У сучасній вітчизняній економічній науці немає єдиного підходу до трактування сутності понять «оплата праці» та «заробітна плата». Спільною науковою базою для усіх досліджень є те, що праця є чинником виробництва, а заробітна плата – ціною використання праці працівника. Правильною є позиція, що заробітна плата ототожнюється насамперед із предметом, а оплата праці є системою відносин, механізмів і способів, тобто певним процесом.

2. У широкому сенсі оплата праці у вартісному вигляді являє собою «виражену в грошовій формі частина національного доходу, який спрямовується в особисте споживання робітників, службовців і розподіляється відповідно до кількості і якості праці, витраченої у суспільному виробництві».

3. У вузькому сенсі оплата праці є «винагороду в грошовій або натуральній формі, яка повинна бути виплачена працівникові за виконання певного обсягу і виду роботи».

4. Розрахунок видатків на заробітну плату в бюджетній установі є особливо важливим в умовах дотримання установою завдань щодо ефективного та заощадливого використання бюджетних коштів. Проведення розрахунків та аналізу використання фонду оплати праці дає можливість нам оцінити потребу бюджетної установи в коштах та оплаті праці, визначити повноту використання фонду оплати праці в установі.

5. Введення в дію НП(С)БОДС 132 «Виплати працівникам» дозволило визначити зміст, складові, класифікаційні ознаки виплат працівникам установ сектору загального державного управління України та виокремити їх у самостійний обліковий об'єкт. На нашу думку, це дозволить підвищити ефективність бухгалтерського обліку та гармонізувати його з міжнародною практикою; зацікавити робітників в якісній роботі та відповідній оплаті їх праці.

Список використаних джерел:

1. Асташкевичер Е. Т. Бухгалтерский учет и анализ хозяйственной деятельности машиностроительного предприятия / Е. Т. Асташкевичер. – М. : Машгиз, 1963. – 459 с.

2. Базилевич В. Д. Макроекономіка : підруч. / Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Баластрик Л. О. ; за ред. В. Д. Базилевича. – [4-те вид., перероб. і доп.] – К. : Знання, 2008. – 743 с.
3. Ведерников М. Д. Ринковий механізм регулювання оплати праці робітників (проблеми теорії і практики) : монограф. / М. Д. Ведерников. – Хмельницький, НВП "Евріка" ТОВ, 2009. – 288 с.
4. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підруч. / О. А. Грішнова. – [4-те вид.]. – К. : Знання, 2009. – 390 с.
5. Дробішева О. О. Економічна сутність, форми та системи оплати праці / О. О. Дробішева, Д. В. Домаш // Економ. вісн. Запоріж. держ. інженер. Академ. – 2014. – Вип. 8. – С. 48-55.
6. Завгородний В. П. Бухгалтерський учет, контроль и аудит в системе управления предприятием / В. П. Завгородний. – К. : Ваклер, 1997. – 976 с.
7. Задоя А. О. Мікроекономіка : навч. посіб. / А. О. Задоя. – К. : Знання, 2009. – 176 с.
8. Кодекс законів про працю України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 10.12.1971 № 322-VIII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
9. Колот А. М. Організаційно-економічний механізм регулювання заробітної плати і шляхи його вдосконалення (на матеріалах промислових підприємств України) : автореф. дис... д.е.н.: 08.06.01. [Електронний ресурс] / А. М. Колот. – Режим доступу: http://librar.org.ua/sections_load.php?s=business_economic_science&id=3997&start=14.
10. Конвенція про захист заробітної плати № 95 [Електронний ресурс] : Міжнародна організація праці від 01.07.1949 р. – Режим доступу http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/993_146.
11. Конституція України [Електронний ресурс] : Конституція від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254-ВР>.
12. Кудіна І. О. // Збірн. наук. праць ДЕТУТ. Сер. «Економіка і управління». – 2014. – Вип. 28. – С. 189-201.
13. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах : навч. посіб. / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. – К. : Знання, 2006. – 311 с.
14. Мандибура В. О. Аналіз економічних та правових методів регулювання мінімальної заробітної плати / В. О. Мандибура, В. О. Тимофеев. – К. : – Парламент, видавництво, 1997. – 52 с.
15. Молдаванова М. І. Енциклопедичний словник бізнесмена : менеджмент, маркетинг, інформація / М. І. Молдаванова. – К. : Техніка, 2003. – 856 с.
16. Остапенко Ю. М. Економіка труда : учеб. пособ. / Ю. М. Остапенко. – [2-е изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – с. 114.
17. Поклад И. И. Курс бухгалтерского учета / И. И. Поклад. – [4-е изд., испр. и доп.]. – М. : Госфиниздат, 1971. – 416 с.
18. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підруч. [Електронний ресурс] / С. Ф. Покропивний. – К. : КНЕУ, 2001. – 322 с. – Режим доступу : <http://readbookz.com/book/1/93.html>.
19. Про колективні договори і угоди [Електронний ресурс] : Закон України від 01.07.1993 р. № 3356-XII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3356-12>.
20. Про оплату праці [Електронний ресурс] : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95-ВР>.
21. Рикардо Д. Сочинения / Д. Рикардо ; под ред. М. Н. Смит. – М. : Госполитиздат, 1955. – Т. 1. – 86 с.
22. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351.
23. Сімейний кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 10.01.2002 р. № 2947-III. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2947-14>.
24. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с.
25. Трудове право України в питаннях і відповідях : навч. посіб. / за ред. В. В. Жернакова. – [4-те вид.]. – Х. : Одиссей, 2005. – 592 с.
26. Трудовой кодекс Республики Казахстан [Электронный ресурс] : Кодекс Республики Казахстан от 15.05.2007 г. № 251-III. – Режим доступа : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30103567#sub_id=10000.
27. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Кодекс РФ от 30.12.2011 г. №197-ФЗ. – Режим доступа : <http://www.zakonrf.info/tk>.

Ірина Шквірук, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Рилєєв С.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНА БАЗА» В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В статті розглянуто сутність поняття «матеріально-технічна база» в системі управління промисловим підприємством. Висвітлено основні складові, завдання та механізм управління матеріально-технічною базою.

На сьогодні, однією з головних проблем економіки України є подолання спаду виробництва на вітчизняних підприємствах та підтримання нормального відтворювального процесу на усіх його ланках. Основним завданням підприємств є підвищення ролі матеріально-технічної бази підприємства (МТБ), в умовах гострої нестачі інвестиційних ресурсів. Цій проблемі приділялась значна увага багатьох вчених-економістів, так як ефективне використання МТБ є одним з найважливіших факторів, що зумовлює економічні результати господарської діяльності підприємства та стан конкурентоздатності їх продукції на ринку [2, с. 107].

Важливою умовою організації ефективного функціонування підприємства, що займається виробничою діяльністю – є оптимальне формування і ефективне використання матеріально-технічної бази підприємства – сукупність матеріальних, речових елементів, засобів виробництва, які використовуються і можуть бути використані в економічних процесах [15, с. 98]. Для підприємства поняття МТБ враховує стан компонентів: наявність і пристосування виробничих площ, ступінь новизни обладнання, його вік, відповідність наявних матеріальних ресурсів виробничій програмі [1, с. 276].

МТБ багатогранна і має натуральний і вартісний склад. По своєму натуральному складу вона включає засоби і предмети праці (машини, обладнання та інші технічні засоби). В процесі її функціонування використовують природні ресурси (вода, земля та ін.). Всі елементи матеріально-технічної бази об'єднуються в ті чи інші технологічні процеси [5].

В якості двигуна розвитку суб'єкта господарювання в ринковій системі господарювання виступають виробничі потужності, що уособлюються, у першу чергу, в основних засобах та системі управління. Так, у 1972 р. американський спеціаліст по управлінню Л. Грейнер запропонував концепцію еволюційно-

революційної «фазової трансформації бізнесу» [23], у якій виділив закономірності організаційних змін, що прямо залежать від розміру підприємства: чим більший масштаб, тобто матеріально-технічна база підприємства, тим складніша система управління. Навіть К. Маркс вбачав причину суспільно-економічних трансформацій у розвитку МТБ виробництва. Суб'єкт господарювання також є соціальною системою та розвивається за аналогічним принципом, де в якості причини розвитку є матеріально-технічний базис.

МТБ, тобто засоби виробництва, складаються із засобів праці та предметів праці. У вартісному виразі вони становлять виробничі засоби підприємства, які поділяються на основні та оборотні [3, с. 115]. Причому, вперше засоби виробництва розподілили на основний та оборотний капітал фізіократи (Ф. Кене) шляхом виділення щорічних та первинних авансів у сільське господарство [14]. А. Сміт розповсюдив категорії основного і оборотного капіталу на всі галузі господарства. Одним з найяскравіших учених, що досліджували капітал, є К. Маркс, який підрозділяє капітал на постійний і змінний (на відміну від А. Сміта і Д. Рікардо – на основний і оборотний). К. Маркс у своєму поділі враховує як специфіку руху частин капіталу, так і специфіку впливу кожної з цих частин на масу додаткової вартості у вартості продукту [14]. Й. Шумпетер, у свою чергу, сукупну вартість усіх придбаних благ, суму всіх виробничих вкладень називає первинним капіталом [21].

Економічний зміст тісно пов'язаний зі змістом продуктивних сил. Проте між ними є і істотні різниці. Зокрема МТБ аграрної сфери не включає до свого складу безпосереднього виробника, хоча продукт створюється та приводиться до руху засобами праці та робочою силою, а також включає земельні ресурси (рис. 1).

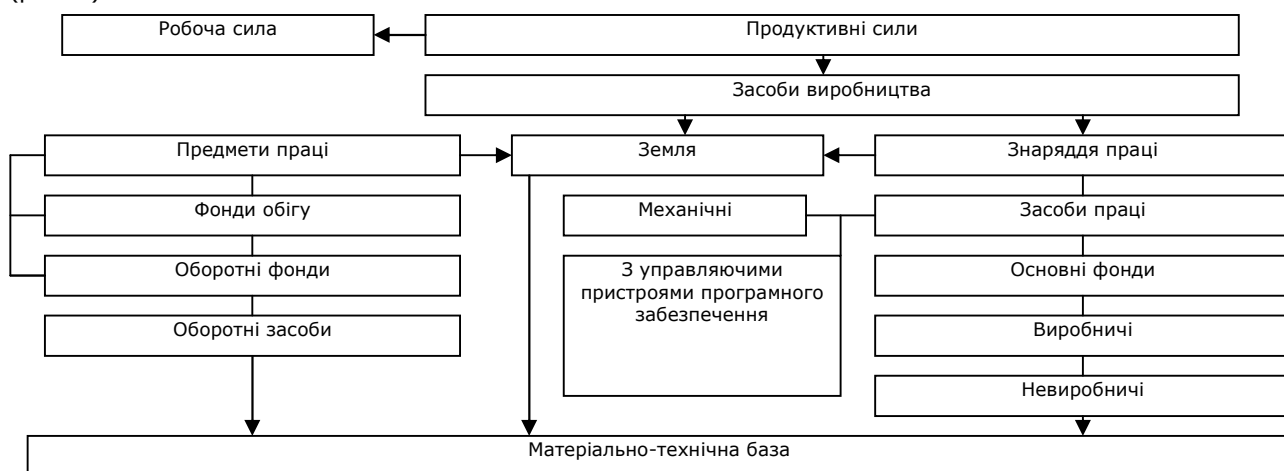


Рис. 1. Економічний зміст структури формування МТБ [8, с. 45]

Відмінність МТБ від самого виробництва полягає у тому, що останнє являє собою діалектичну єдність виробничих сил та виробничих відносин, а МТБ – лише елемент виробничих сил, на основі якого між суб'єктами виробничого процесу складаються відповідні виробничі відносини [8, с. 45].

З рис. 1 виходиться, що складовими елементами виробничих сил є робоча сила та засоби виробництва, проте робоча сила, як елемент виробничих сил, не входить до складу МТБ, а земельні ресурси природного походження безпосередньо входять до складу МТБ.

Крім цього, рис. 1 показує, що окремі галузі національної економіки, зокрема сільське господарство, можуть мати специфічні складові елементи МТБ.

У табл. 1 наведено трактування поняття «матеріально-технічна база» різними вченими-дослідниками даної категорії.

Таблиця 1

Тлумачення поняття «матеріально-технічна база» у працях різних дослідників

№ з/п	Автор (джерело)	Визначення
1	2	3
1	Горбонос Ф.В., Черенко Г.В., Павленчик Н.Ф. [7]	Сукупність усіх матеріальних умов здійснення процесу виробництва в поєднанні з його технологією в галузях і підрозділах цього підприємства
2	Грицюк Е.О., Ляшенко А.Ф., Міняйло І.Л. [4]	Це проста сума ресурсів чи речових елементів, що відрізняються за призначенням чи технічним рівнем. Їй властива соціально-економічна природа, яка визначається тим, кому вони належать, в чий інтерес вони використовуються
3	Заїнчковський А.О., Решетюк Г.М., Болдуй Г. А. [6, с. 231]	Основні виробничі фонди, які задіяні у процесі виробництва та реалізації продукції промисловості
4	Камінська Т.Г. [9, с. 137]	Усі активи підприємства є його матеріально-технічною базою. Обсяг активів визначається масштабами і характером діяльності підприємства. Залежно від функціональної ролі активи у сфері підприємницької діяльності (виробничої, комерційної і банківської) відіграють роль засобів виробництва й обігу, а в ланках бюджетної сфери – засобів споживання (тривалого і одноразового характеру)
5	Кучін Б.Л., Якушева Є.В. [10, с. 38]	Сукупність засобів і предметів праці, використовуваних підприємством в процесі продукування благ і послуг
6	Лебедев В.Г., Дроздова Т.Г., Кустарьов В.П. [11, с. 299]	Засоби виробництва, що виступають у формі реальних активів підприємства та забезпечують ефективне виконання всіх організаційно виділених процесів
7	Литвиненко А.О. [12, с. 99]	Реальні оборотні та необоротні активи підприємства, які забезпечують виконання виділених бізнес-процесів

1	2	3
8	Сабов А.-М.І. [17]	Являє собою сукупність всіх матеріальних та технічних ресурсів, що належать підприємству. Від якості та стану цих ресурсів та результатів господарської діяльності залежить кількість та якість отриманої продукції
9	Самочкін В.Н. [18, с. 104]	Це виробничі площі, устаткування, енергоозброєність, забезпеченість матеріальними ресурсами, рівень технології виробничих процесів, організація праці
10	Сосненко Л.С. [19]	Економічні ресурсу, що повинні приносити прибуток
11	Ушакова Н.М., Лігоненко Н.О., Ситник О.О. [20, с. 96]	Усі основні фонди, що знаходяться у розпорядженні підприємства незалежно від порядку їх формування, а також сукупність його обігових фондів (сировина, матеріали та інші матеріальні ресурси)
12	Юрченко В.В. [22]	Сукупність організаційно-технічних заходів, які виступають завершальним етапом певних науково-технічних програм, здійснюється у межах підприємства і виконують роль інтенсифікатора щодо певних ділянок виробничого процесу

На рис. 1 узагальнено наявні підходи до тлумачення змісту «матеріально-технічна база».

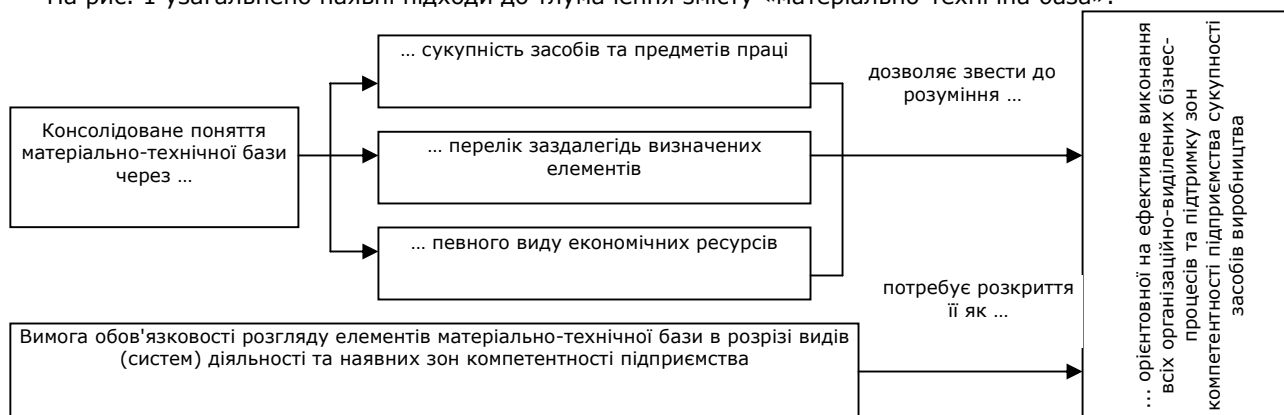


Рис. 1. Логіка розуміння поняття «матеріально-технічна база» [16, с. 84]

Означене тлумачення дозволяє у агрегованому вигляді звести МТБ до сукупності таких елементів як засоби праці, предмети праці та використовувана технологія, що забезпечує взаємодію засобів та предметів праці.

Отже, у складі МТБ слід виділити дві значні складові частини, що співвідносяться з засобами праці та предметами праці, й по різному відбиваються в процесах розвитку підприємства. Тут можна наголосити, що саме технологічний розвиток (розвиток в аспекті обраної сукупності технологій й науково-виробничих потужностей) складатиме підґрунтя розвитку підприємства в цілому. Предмети ж праці в структурі МТБ виступатимуть переважно як обмеження чи можливості для розвитку.

Залежно від такого контексту можна диференціювати задачі й інструменти механізму управління розвитком МТБ, встановлювати складові елементи (інструменти, важелі керівного впливу, критерії ефективності, цільові орієнтири) такого механізму. При цьому перелік задач, які ставляться перед механізмом управління розвитком МТБ пропонується згрупувати залежно від означених у табл. 2 технологічного, ресурсного, інноваційного, інфраструктурного й інших аспектів. Встановлення означеного переліку задач вимагає обов'язкового цілісного сприйняття МТБ, що реалізується через застосування однакових інструментів впливу при розподілі їх між поданими у табл. 2 елементами.

Таблиця 2

Завдання розвитку МТБ в системі управління промисловим підприємством

Аспект розгляду	Потреба та розуміння розвитку МТБ	Задачі й інструменти механізму управління розвитком МТБ	Інструментарій реалізації	Критерії ефективності
1	2	3	4	5
Технологічний аспект	Розвиток МТБ полягає у розробці стратегії технологічного оновлення (зміна засобів праці та технологічного укладу)	Відтворення технологічної бази шляхом інтенсивної технологічної реконструкції	Методи проектного менеджменту. Сітові методи та моделі	Фондовіддача та фондо-озброєність. Показники гнучкості
		Здійснення трансфертів техніки й технології		
		Проведення принципово нових технологічних процесів		
		Дослідження параметрів "старіння" технології (визначення S-переходу)		
Ресурсний аспект	Управління розвитком МТБ полягає у визначенні складу й джерел залучення ресурсів	Забезпечення відповідності матеріальних ресурсів виробничій програмі й технології	Системи масового обслуговування. ERP та MES системи	Коефіцієнти оборотності. Ресурсна синергія
		Підтримка резервів ресурсного забезпечення програм розвитку як МТБ так і підприємства		
		Планування запасів ресурсів		
Інфраструктурний аспект	Перегляд параметрів зв'язків, що веде до зміни відносин між засобами та предметами праці	Введення нових виробничих площ й потужностей	Теорія графів. Засоби формалізації виконуваних ролей учасників процесів розвитку	Надмірність зв'язків. Витрати на підтримку механізму управління
		Мінімізація вікового складу устаткування		
		Підвищення пристосованості парку машин й устаткування		
		Оптимізація зв'язків й відносин між засобами й предметами праці		

1	2	3	4	5
Інноваційний аспект	Пошук напрямків зміни ресурсної бази та обраної технології досягнення стратегічних цілей	Одержання нових знань через участь у інтеграційних структурах	Методи управління проектами. Моделювання системної динаміки інновацій	Ступінь ефективності й новизни (інноваційності) елементів МТБ
		Факторний аналіз впливу технологій на ефективність виробництва та управління		
		Фінансування досліджень сторонніх наукових установ		
		Активізація інноваційного (творчого) потенціалу робітників		
Інвестиційний аспект	Розвиток МТБ вимагає належного фінансування	Вироблення фінансової стратегії розвитку МТБ	Формування бюджетів розвитку, моделювання залучення коштів	Рівень автономії. Достатність коштів на розвиток
		Залучення до міжнародного співробітництва з технологічного розвитку		
		Аналіз технологічного розвитку об'єктів за для визначення параметрів фінансування		
Логістичний аспект	Упорядкування бізнес-процесів й відносин з логістичними контрагентами	Оптимізація параметрів потокових процесів	Методи регламентації взаємин. Теорія графів	Витратність процесів. Ступень задоволення споживачів
		Модернізація функціональної області виробничої логістики		
		Маркетингові дослідження технологій, продуктів та послуг		
		Супровід та вдосконалення систем технічної підготовки процесів забезпечення		
Соціальний аспект	Лише персонал створює умови для активізації потенціалу й реалізації можливостей	Розробка соціально-організаційного механізму технологічного розвитку об'єктів	Впровадження мотиваційного механізму й мотиваційних комплексів	Параметри продуктивності праці та задоволеності
		Комплексне інформаційно-технічне забезпечення потреб користувачів		
		Проведення мотиваційного механізму		
Організаційний аспект	Утворення цілісного сприйняття МТБП в процесі та після біфуркаційного періоду розвитку	Розробка програм технологічного розвитку	Методи організаційно-структурного моделювання (CADT, IDEF)	Оцінка надмірності виконуваних функцій управління
		Розробка методичних та інструментальних засобів для проведення інвентаризації й обстежень стану технологій		
		Розробка та супровід інформаційних систем технологічного призначення		

Управління розвитком МТБ, як і будь-який управлінський процес, можна подати як цілеспрямований вплив на параметри використаних засобів й предметів праці. Організація такого цілеспрямованого впливу вимагає виділення функцій управління, які пропонується розглядати як інструментарій керівного впливу на кількісні, якісні та структурні характеристики сукупності засобів виробництва та реальних активів підприємства.

Практичним відбиттям пропонованого напрямку управління розвитком матеріально-технічної бази є адаптований до умов життєдіяльності конкретного підприємства механізм управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства (рис. 2).

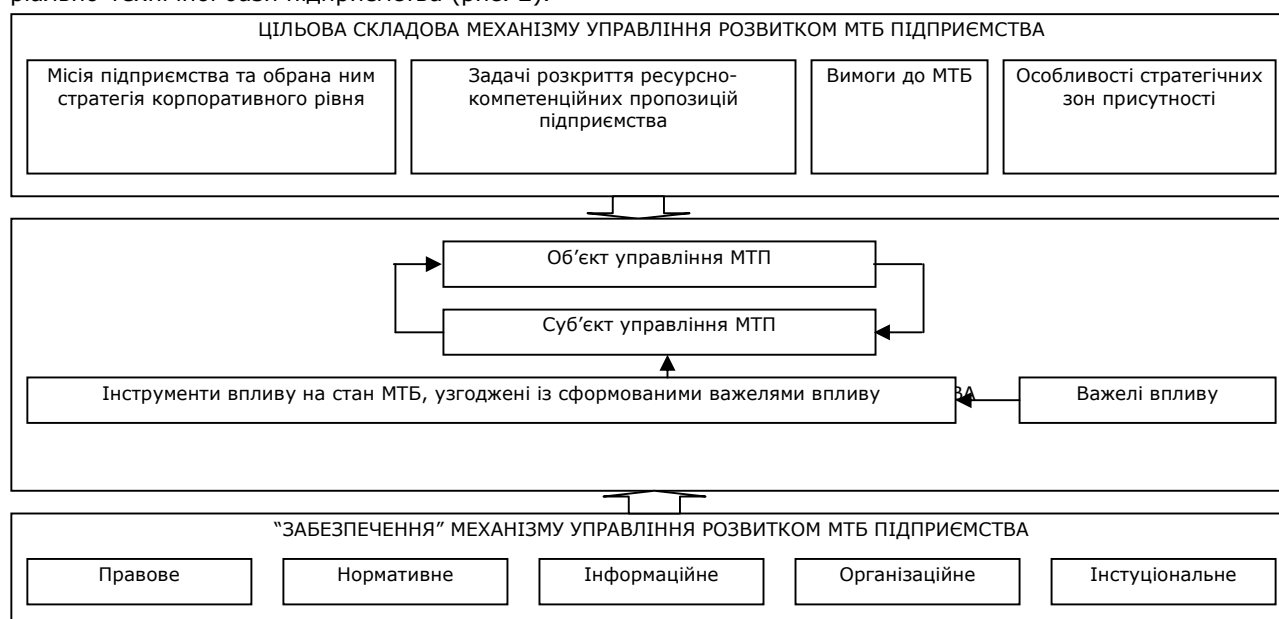


Рис. 2. Структуризація механізму управління розвитком МТБ [13, с. 132]

В даному механізмі пропонується одночасне розкриття сутності МТБ і як сукупності інструментів й важелів управлінського впливу та необхідного для реалізації впливу забезпечення, і як певного набору складових, які в своїй взаємодії роблять керованим процес переходу від старої системи управління до нової. Схема відображає комбінацію сучасних підходів до управління МТБ. Показує необхідність різних факторів для визначення «тіла» механізму управління МТБ підприємства.

Підсумовуючи вищенаведене, можна стверджувати, що раціональна організація матеріально-технічного забезпечення підприємства та ефективність його управління в цілому дозволяють підприємству ефективно здійснювати виробничу діяльність в умовах трансформаційної економіки.

Список використаних джерел:

1. Васильців Т. Г. Стратегічні засади управління використанням матеріально-технічної бази підприємства / Т. Г. Васильців, Б. Л. Павлишин // *Наук. вісн. НЛТУ України*. – 2008. – Вип. 18 (10). – С. 275- 279.
2. Васюта В. Б. Аналіз ефективності використання матеріально-технічної бази підприємства / В. Б. Васюта, А. Г. Кирпань // *ЕКОНОМІКА: реалії часу*. – 2015. - №2(18). – С. 107-113.
3. Гречко С. М. Процес надходження основних засобів у системі бухгалтерського обліку: економіко-теоретичні положення / С. М. Гречко // *Вісник Запорізького нац. ун-у. – Економ. науки*. – 2012. – С. 115-122.
4. Грицюк Е. О. Системний підхід як основа для обґрунтованого планування показників матеріально-технічної бази підприємств [Електронний ресурс] / Грицюк Е. О., Ляшенко А. Ф., Міняйло І. Л. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchetei/2012_1/1-2012-20.pdf.
5. Дідович Ю. О. Ефективність стратегічного управління підприємством : дис. ... канд. екон. наук : 06.10.09 / Дідович Юрій Олександрович. – К., 2012. – 238 с.
6. Економіка підприємств харчової промисловості / [А. О. Заїнчковський, Г. М. Решетюк, Г. А. Болдуй та ін.] ; за ред. А. О. Заїнчовського. – К. : Урожай, 1998. – 272 с.
7. Економіка підприємств : підруч. [Електронний ресурс] / за ред. В.Ф. Горбоноса. – К. : Знання, 2010. – 463 с. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/knigi/101-ekonomka-pdprimstv-gorbonos-fv.html>.
8. Индюков А. И. Сущность и экономическое содержание материально-технической базы сельхоз предприятия / А. И. Индюков // *KANT*. – 2014. - № 3 (12). – С. 44-49.
9. Камінська Т. Г. Облік і контроль кругообороту капіталу : монограф. / Т. Г. Камінська. – Житомир : ПП «Рута», 2013. – 448 с.
10. Кучин Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б. Л. Кучин, Е. В. Якушева. – М. : Экономика, 1990. – 157 с.
11. Лебедев В. Г. Управление затратами на предприятии / В. Г. Лебедев, Т. Г. Дроздова, В. П. Кустарев ; под. общ. ред. Г.А. Краюхина. – [5-е изд., добав. и перераб.]. – СПб : "Питер", 2012. – 592 с.
12. Литвиненко А. О. Теоретичні аспекти організації управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства / А. О. Литвиненко // *Вісник економіки транспорту та промисловості*. – 2009. – №9 – С. 97-101.
13. Лозовський О. М. Підходи до управління розвитком потенціалу матеріально-технічної бази підприємства / О. М. Лозовський, В. І. Батишева // *Молодий вчений*. – 2014. - № 5 (08). – С. 131-134.
14. Маркс К. Капитал / К. Маркс. – М. : Политиздат, 1983. – Т.1 : Критика политической экономии, Кн. 1 : Процесс производства капитала. – 905 с.
15. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : підруч. / Л. Г. Мельник. – Суми: Університетська книга, 2012. – 864 с.
16. Пилипенко А. А. Реінжиніринг та реструктуризація в механізмі розвитку матеріально-технічної бази промислового підприємства / А. А. Пилипенко, А. О. Литвиненко // *Проблеми економіки*. – 2011. – № 3. – 83-89.
17. Сабов А.-М. І. Економічна та організаційні методи удосконалення лізингу в оновлення основних засобів підприємств [Електронний ресурс] / А.-М. І. Сабов // *Ефективна економіка*. – 2014. - № 6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3160>.
18. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование / В. Н. Самочкин. – [2-е изд.]. – М. : Дело, 2001. – 376 с.
19. Сосненко Л. Анализ экономического потенциала действующего предприятия : монография [Электронный ресурс] / Л. Сосненко. – М. : Экономическая литература, 2004. – 208 с. – Режим доступа : <http://nagon.net/books.php?q=L-Sosnenko>.
20. Ушакова Н. М. Економіка торговельного підприємства : опорний конспект лекцій / Н. М. Ушакова, Л. О. Лігоненко, О. О. Ситник. – К. : КНТЕУ, 2008. – 172 с.
21. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.
22. Юрченко В. В. Розробка програми вдосконалення матеріально-технічної бази підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Юрченко. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75143>.
23. Greiner L. E. Evolution and Revolution of Organization. *Harvard Business Review* / L. E. Greiner. – 1972. – Vol. 50 (4). – PP. 45-56

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД УТВОРЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

В статті досліджено основні засади державного фінансового контролю у провідних країнах світу. Розглянуто принципи світових державних фінансових контролюючих органів та можливість використання окремих елементів цих систем в Україні.

У державах з перехідною економікою, до яких наразі належить Україна, економіко-правова організація фінансового контролю має специфічні риси. На сьогоднішній день, Україна далі перебуває у тривалій політичній, економічній та соціальній кризі та не зважаючи на це, надалі продовжує свій шлях до повноцінного членства у Європейському Союзі (ЄС). Наша держава орієнтується на європейські принципи управління, функції державних органів влади та їх структурної перебудови. Проблеми щодо здійснення контролю в органах виконавчої влади як в державі, так і на місцевому рівні існують не тільки в Україні, а й у провідних країнах світу.

Зазначене свідчить про актуальність обраної теми дослідження та обумовило визначення її мети, яка полягає в аналізі сучасних підходів міжнародного досвіду у здійсненні державного фінансового контролю та використання його в українських реаліях.

Тому окреслена проблематика була і є предметом досліджень багатьох відомих учених, серед яких Александрович О. О., Губанова Т. О., Завистовська Г. І. та інші.

Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» прописано, що державний фінансовий контроль — комплекс цілеспрямованих заходів органів, їх підрозділів чи службових осіб, які здійснюють державний фінансовий контроль у межах повноважень, встановлених законодавством України, з метою упередження, виявлення та припинення фінансових правопорушень на підконтрольному об'єкті щодо його фінансово-господарської діяльності, а також забезпечення законності, фінансової дисципліни та ефективності формування і витрачання коштів, у тому числі бюджетних, та інших активів у процесі володіння, розпорядження, використання і відчуження державного майна, відшкодування збитків та встановлення міри відповідальності у разі порушення фінансового, у тому числі бюджетного, законодавства [4]. Місією державного фінансового контролю є сприяння уряду в прийнятті своєчасних, обґрунтованих, ефективних рішень щодо управління державними фінансовими ресурсами.

У світовій практиці існують різні підходи до організації та функціонування контролю в державному секторі економіки. Обрання тієї чи іншої моделі базується на наступних чинниках: історично прийнятій у країні формі правління, унормованій формі державного устрою, особливостях розподілу функціональних повноважень між гілками влади, а також ступені демократичного розвитку суспільства.

У своїй діяльності INTOSAI (міжнародна організація вищих контрольних органів (що діє під егідою Організації Об'єднаних Націй або її спеціалізованих агенцій) та кожна країна – її член при проведенні фінансового контролю різних сфер діяльності держави керується документами [8]:

- Лімською декларацією керівних принципів аудиту державних фінансів, яку прийнято IX конгресом INTOSAI 1977, що містить основні філософські та концептуальні підходи, визначає цінності демократичності та незалежності вищих органів фінансового контролю [5].

- Мексиканською декларацією незалежності вищих органів фінансового контролю, яка підписана на XIX конгресі INTOSAI (2007 р. у Мехіко) [6].

Встановлено вісім базових принципів побудови системи державного фінансового контролю країн-учасниць INTOSAI, а саме:

- наявність відповідної та ефективної конституційної (статутної) правової структури та фактичне застосування положень цієї структури;

- незалежність голів та членів вищих органів фінансового контролю (в колегіальних інституціях), разом із гарантією перебування на посаді та судовим імунітетом під час виконання своїх обов'язків;

- достатньо широкі повноваження та повна свобода дій при виконанні функцій вищих органів фінансового контролю;

- необмежений доступ до інформації;

- право та обов'язок звітування щодо своєї діяльності;

- самостійність прийняття рішень стосовно змісту та часу написання аудиторських звітів, публікацій та розповсюдження звітів;

- наявність ефективних механізмів реалізації рекомендацій вищих органів фінансового контролю;

- фінансова та управлінська адміністративна самостійність, наявність (доступність) відповідних людських, матеріальних та грошових ресурсів [7].

Стандартами аудиту державних фінансів, перезатвердженими на Тринадцятому Конгресі INTOSAI (Берлін), які містять концепції та принципи, що застосовуються під час роботи органів державного фінансового контролю та структурно складаються з базових принципів, загальних стандартів, стандартів проведення аудиту та правил складання звітів [8].

Досвід країн з розвинутою економікою, які мають давні традиції державного фінансового контролю (Франція, Німеччина, Великобританія, Австрія, США, Японія), свідчить про те, що структурна організація органів фінансового контролю обумовлена, перш за все, розмежуванням об'єктів контролю та необхідністю створення архітектури горизонтальних та вертикальних владних відносин на основі чіткого розмежування контрольних повноважень.

Фінансовий контроль у системі виконавчої влади має як позитивні, так і негативні сторони. Так, у Франції організації державного фінансового контролю притаманні високий ступінь централізації та наявність жорстких

вертикальних міжвідомчих зв'язків. Контролюючі функції покладено на Рахункову Палату Франції (Cour des Comptes), що була заснована ще в 1319 р. Роботою Рахункової палати Франції керує президент, сім його заступників одночасно є керівниками палат. До складу Рахункової палати Франції входять президент, його заступники, голови палат та рад, радники та ревізори. Рахункова палата Франції є судовою інстанцією, яка здійснює загальний контроль за державними фінансами. Іншими органами державного контролю у Франції є Генеральна інспекція фінансів та Генеральна інспекція адміністрації. До їх функцій належить здійснення найвищого контролю за персоналом, службами, установами та органами, які знаходяться у підпорядкуванні Міністерства внутрішніх справ або підконтрольні префектам, навіть якщо вони також знаходяться в сфері контролю будь-якого іншого державного органу [2].

Відмітністю Рахункової палати Франції є її належність разом з Державною Радою (Вищий адміністративний суд) та Верховним Судом Республіки до числа найвищих органів державної влади, які за своєю позицією та впливом поступаються лише найвищим органам політичної влади держави. Крім Рахункової палати, фінансовий контроль в країні здійснюється Судом бюджетної та фінансової дисципліни, який, залишаючись репресивним органом, матеріально та процесуально доповнює правові можливості Рахункової палати.

Керівництво діяльністю Суду бюджетної та фінансової дисципліни здійснює безпосередньо президент Рахункової палати Франції. У Франції, на відміну від інших країн, фінансові операції держави та державних установ (крім належних державі компаній) виконуються державними бухгалтерами, які відповідають за збір доходів, затвердження (у вузькому фінансовому розумінні) та виплату видатків, а також несуть персональну відповідальність за невиконання або неналежне виконання посадових обов'язків.

Позитивним моментом такої організації є те, що цей орган має величезний досвід роботи у сфері контролю щодо витрат бюджетних коштів, відповідний штат та закріплений за співробітниками статус державних службовців [2].

У межах контрольно-ревізійної системи США існують функціонально незалежні контрольні органи, що інкорпоровані в державно-правову систему як невід'ємний елемент механізму регулювання балансу повноважень виконавчої та законодавчої влади (Президента та Конгресу США). Міністерство фінансів США реалізує міжвідомчий фінансовий контроль за допомогою спеціальних служб, до яких зокрема віднесено й Податкову службу США (Internal Revenue Service). Вищим органом фінансового контролю в США є Головне контрольно-фінансове управління США (U.S. GAO). Відомчий фінансовий контроль реалізує міністерство фінансів США, внутрішньовідомчий – головний фінансовий адміністратор та генеральний інспектор міністерства освіти США. При цьому ефективність роботи головного контрольно-фінансового управління США у 2010 р. склала 49,9 млрд дол., або 87 дол. на 1 дол., витрачений на забезпечення діяльності управління [1].

Вищий орган фінансового контролю Польщі відповідно до Конституції 1997 р., не входить до системи трьох гілок державної влади, як і відповідні вищі органи фінансового контролю Румунії, Чехії, Угорщини. Органи зовнішнього фінансового контролю, об'єднані спільним завданням, предметом і формами контролю, єдиними принципами побудови у низці випадків виокремлені у так звану "контрольну владу". Так, застосовуючи, безумовно з певними пересторогами, до інституціональної структури ЄС традиційну систему поділу влади на три гілки: законодавчу (Європейський парламент та Рада ЄС), виконавчу (Європейська Комісія) та судову (Європейський суд), деякі дослідники дійшли висновку, що Європейська Рахункова Плата разом з національними вищими органами фінансового контролю держав-членів ЄС формують четверту – контрольну гілку влади, що є ще однією правовою особливістю Євросоюзу [3].

Рахункова палата Японії є зовнішнім контролюючим органом, наділений конституційним статусом незалежності від законодавчої виконавчої та судової гілок влади. Ефективність рахункової палати Японії станом на 2011 р. оцінювалася в 336700 млн. японських ієн. При цьому критерії ефективності визначаються виходячи із суми грошових коштів, яку було зekoномлено у результаті аналітичної діяльності палати при плануванні бюджету на наступний фінансовий рік [1].

Фінансовий контроль у державному секторі в зарубіжних країнах вибудовується за різними моделями, однак у цілому для розвитку відповідної системи характерна тенденція децентралізації та виділення аудиту або його елементів у самостійний напрям контрольної діяльності, у процесі реалізації якої визначається ефективність діяльності органів влади зі збору, належного розподілу доходів та витрат бюджетних засобів, виконання прийнятих рішень та положень відповідних законодавчих актів.

Централізована модель передбачає монократичну систему, в межах якої в організаційному підпорядкуванні у центрального (федерального) контрольно-ревізійного органу, що здійснює зовнішній контроль, знаходиться система регіональних установ. Така модель забезпечує реалізацію бюджетно-фінансового контролю на всій території країни за єдиним системним планом, на підставі єдиних критеріїв, що є однією з гарантій законного та належного управління всіма державними фінансами.

Автономна модель передбачає, що федеральні контрольно-ревізійні органи, створені з метою контролю бюджетів країн та їхніх політико-територіальних або адміністративно-територіальних суб'єктів, можуть не входити до складу єдиної організаційної структури. Члени контрольного органу призначаються, як правило, законодавчим органом влади відповідної території, однак незалежні у зовнішніх та внутрішніх питаннях своєї діяльності.

У низці країн (Австрія, Німеччина, США, Великобританія) система державного та муніципального контролю вибудована як єдина система, що базується на спільних принципах та стандартах. Стандартизація є фактором забезпечення системності та взаємодії органів державного фінансового контролю у світовій практиці; створює організаційно-методичну основу їх спеціалізації та кооперування, надає системі властивості самоорганізації; обумовлює синергетичний ефект у системі державного фінансового контролю; виконує професійно-інтегративну функцію, що поєднує співробітників органів державного фінансового контролю.

Отже, з вищесказаного можна зробити висновок, що користуючись міжнародним досвідом у сфері державного фінансового контролю, Україна, зможе правильно адаптуватись до принципів контролюючих органів Європейського Союзу, якщо притримуватиметься їх. Використовуючи світові надбання з державного фінансового контролю наша держава успішно пройде шлях реформаторських змін, що дозволить в майбутньому Україні стати конкурентоспроможною у світі

Список використаних джерел:

1. Александрович О. О. Особливості організації та функціонування систем державного фінансового контролю: світовий досвід. – О. О. Александрович, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2014-4/doc/5/04.pdf>
2. Губанова Т. О. Здійснення державного фінансового контролю в зарубіжних країнах. О. Т. Губанова. Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ. 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lawreview.chnu.edu.ua/visnuku/st/636/16.pdf>
3. Завистовська Г. І. Зарубіжний досвід урядового фінансового контролю. – Г. І. Завистовська, 2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econa.org.ua/index.php/econa/article/viewFile/658/pdf_256
4. Закон України Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>
5. Лімська декларація керівних принципів контролю: декларація IX Лімського(Перу) Конгресу вищих органів контролю державних фінансів (INTOSAI) від 01.10.1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/140217>
6. Мексиканська декларація незалежності. Рахункова палата України від 01.02.2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/1013545?cat_id=32836
7. Мих, О. В. Зарубіжний досвід здійснення контролю в органах виконавчої влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: О. В. Мих. // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/DeBu_2009_2_34.pdf
8. Про INTOSAI - Рахункова палата України від 16.12.1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/16733062>

Андрій Мінайлюк, 6 курс, спец. «Міжнародна економіка», з/ф,
Наук. кер. – Вдовічен А.А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ Ф'ЮЧЕРСНИХ РИНКІВ

В даній статті проводиться визначення теоретичних основ функціонування міжнародних ф'ючерсних ринків.

Теоретичне обґрунтування майбутнього розвитку світової економіки, визначення цілей національної політики щодо управління сподіваннями учасників ринків та їх економічною активністю, неможливо здійснити без урахування змін на міжнародних ф'ючерсних ринках, які сьогодні переживають фазу небувалої активності. Досить сказати, що двадцять років тому європейського ринку похідних фінансових інструментів не існувало, а сьогодні за своїми обсягами він переважає аналогічний ринок США, який функціонує більше 150 років.

У відповідь на підвищення нестабільності світових ринків спостерігається стрімке зростання кількості та обсягів укладених ф'ючерсів, простих, складних та екзотичних опціонів, свопів та їх гібридних та синтетичних комбінацій. Використання цих інструментів надає незбачені раніше можливості щодо отримання доходу та управління ризиками. Запровадження розподільчих систем торгівлі, широке використання Інтернет, уніфікація клірингових систем розрахунків на біржових та позабіржових ринках, вертикальне інтегрування цих ринків, конструювання нових електронних (криптографічних) інструментів посилюють процеси дисинтермедіації – усунення посередників при проведенні фінансових операцій, та в цілому індивідуалізацію соціуму на фоні глобалізації ринків. Сучасні системи електронної торгівлі та Інтернет дозволяють кожній людині у будь-якій точці землі приймати участь у біржовій ф'ючерсній торгівлі. Ф'ючерсні ринки настільки змінили масштаби, структуру і механізми функціонування в цілому глобального ринкового середовища, що стали однією з причин виникнення нової сфери фінансової діяльності – фінансової інженерії.

Теоретичне осмислення цього феномену зумовило існування різних, навіть протилежних концепцій та точок зору, ця сфера належить до найскладніших складових економічної науки, причому біржовики у багатьох аспектах випереджають економістів.

Вивчення ф'ючерсних ринків розпочинали у першій половині ХХ-го ст. представники неокласичної школи А.Маршал, Дж.М.Кейнс, Дж.Гікс та їх послідовники Г.Гофман, Н.Калдор, Г.Блау, Г.Воркінг. Найвідомішими сучасними зарубіжними дослідниками є Ф.Шварц, Дж.Маршалл, В.Бансал, Р.Брейлі, С.Майєрс, Ф.Фабоцці, Ф.Мишкін, Р.Колб, Дж.Лінтнер, Дж.Крістофер, Д.Ш.Ковні, М.Страйт, Л.Гітман, М.Джонк, О.Елдер, А.Ерліх, Дж.Мерфі, Ф.Хорн, Л.Джонсон, Ж.Перар, Е.Роде, М.Енг, Ф.Ліс, Дж.Сорос, Ф.Рут, Ф.Блейк, лауреати Нобелівської премії в галузі економіки В.Шарп, М.С.Шоулс, Р.Мертон, В.Сміт.

Досі дискусійними та недостатньо вивченими залишаються проблеми моніторингу та моделювання ф'ючерсної торгівлі, управління ризиками на макро- та мікрорівнях, обґрунтування існування ризик-премії, доречності різних видів хеджування, економічної інтерпретації отриманої вигоди, аналітичної цінності статистики міжнародних ф'ючерсних ринків. Гострі дискусії ведуться навколо впливу строкового сегменту в цілому та ф'ючерсних ринків зокрема на майбутній розвиток світового економічного середовища.

Особливо актуальними стають проблеми становлення ф'ючерсних ринків у перехідних економіках. В Україні вони набувають особливої гостроти, оскільки всі спроби їх запровадження були невдалими. Ринки основних активів є неліквідними, рівень концентрації капіталу незначним, інструменти прогнозування майбутніх цін та страхування ризиків відсутні.

Міжнародні ф'ючерсні ринки вивчають вітчизняні дослідники: І.Бланк, Будкін, З.Васильченко, П.Гайдуцький, Б.Губський, В.Загорський, Е.Єщенко, М.Колісник, О.Кузьмін, О.Лактіонов, Д.Лук'яненко, Матросов, О.Мозговий, С.Мочерний, В.Мищенко, С.Науменкова, Е.Найман, Ю.Пахомов, О.Плотніков, А.Поручник, Л.Єримостка, П.Саблук, Є.Савельєв, М.Солодкий, ВА.Філіпенко, А.Чухно, О.Шпичак. Серед вчених

та практиків близького зарубіжжя заслуговують на увагу роботи А.Афанасьєва, А.Буреніна, В.Галанова, Г.Грязновой, О.Дегтяревої, Р.Жукова, К.Іванова, Е.Уткіна.

Однак, слід зазначити, що більшість робіт висвітлює лише окремі аспекти їх функціонування. У науковому середовищі сама ідея їх становлення вважається передчасною, спостерігається відсутність інтересу до дослідження складних процесів, що відбуваються на міжнародних ф'ючерсних ринках. Жодна із державних програм реформування економіки не містить розділів щодо становлення ф'ючерсних ринків. У вузах не здійснюється підготовка фахівців, обізнаних з технологіями та стратегіями інвестування на цих ринках.

Сьогодні можна констатувати той факт, що в Україні не відбувається відновлення біржової культури та наукової школи, не формується нове покоління біржовиків, здатних ефективно діяти міжнародних ф'ючерсних ринках. В той же час світове ринкове середовище висуває підвищені вимоги до рівня кваліфікації національної фінансової еліти, від якої вимагається знання мов, володіння комп'ютерними технологіями, вміння використання інформації про мінливу ситуацію на світових фінансових ринках, готовність до сприйняття фінансових інновацій та ризиків. У сучасній вітчизняній літературі відсутні комплексні дослідження міжнародних ф'ючерсних ринків, не пропонується цілісної концепції їх становлення в Україні.

Вагомість зазначених проблем, необхідність їх вирішення та актуальність і визначають важливість даного дослідження в результаті якого ми отримали наступні висновкові положення:

Строковий ринок, особливо його біржовий сегмент – ф'ючерсний належить до ринку чистої (досконалої) конкуренції з максимальною концентрацією попиту та пропозиції біржових контрактів. Саме цей ринок використовується для вивчення та ілюстрації сучасних економічних теорій, які в свою чергу застосовуються продавцями та покупцями для прийняття стратегічних рішень.

Ф'ючерсні ринки, базуючись на високому рівневі розвитку та усупільненні виробництва, його міжнародній інтеграції, створюють специфічний механізм ринкового прогнозування цін. Ціни на товари та фінансові інструменти, яких на даний момент не існує, самі стають товаром, підкоряючись впливові всіх процесів, які відбуваються в оточуючому середовищі. Об'єктом купівлі-продажу на ф'ючерсному ринку є невизначеність, пов'язана з фактором часу на ринку базового активу.

На фоні випереджаючого розвитку зарубіжних ф'ючерсних ринків впродовж останніх років в Україні спостерігалася втрата інтересу до аналогічних досліджень, що зумовило суттєве відставання вітчизняної науки з проблематики новітніх технологій управління фінансовими ризиками, визначення ролі та місця ф'ючерсних ринків у прогнозуванні майбутнього профілю економіки.

Сучасна ф'ючерсна біржа – це фінансовий інститут, що істотно спрощує торгівлю, здешевлює її, вона виконує організаційні та плануючі функції, динамізує економіку. Ф'ючерсні ринки, зосереджуючись на ціновому аспекті, є як сферою інвестування капіталу, так і додатковим джерелом кредитування, тобто виконують фінансові функції.

Інструменти строкових ринків мають дві важливих характеристики – строковість та похідність. Строковість ґрунтується на зсуві строків укладання угоди та розрахунків за нею. Саме ця характеристика є основою поділу на ринок з негайною поставкою та строковий. Похідність ґрунтується на залежності цін інструментів прямо або опосередковано від ціни або зміни ціни базового активу, який лежить в основі похідного. Строковий ринок – це ринок, на якому відбувається укладання угод (контрактів) із завчасною поставкою як на реальні активи (форварди), так і на зобов'язання (ф'ючерси) та права (опіони, варанти тощо) на ці активи за цінами та курсами, погодженими в момент їх укладання, а також з різноманітними комбінаціями цих інструментів (свопи, синтетичні, гібридні).

Основною класифікаційною ознакою для виділення похідних фінансових інструментів із строкових є наявність в умовах угоди факту фіксації вартості активу, за якою у деякий момент у майбутньому вона буде виконуватися, тобто не всі строкові інструменти є похідними, але в свою чергу існують похідні, які не належать до строкових.

Строковий похідний фінансовий інструмент – це строкова угода, за якою вартісна оцінка величини зобов'язання одного контрагента зафіксована, а іншого визначається в залежності від величини базового активу. Ф'ючерсний ринок – це біржовий сегмент ринку строкових похідних фінансових інструментів, який є виключним ринком для укладання ф'ючерсних контрактів.

Строкові похідні фінансові інструменти – це інноваційні фінансові інструменти. Фінансові інструменти – це товари та послуги на фінансовому ринку, які стають доступними для клієнтів завдяки супутнім та підтримуючим товарам. На зарубіжних фінансових ринках виділилася у окрему галузь фінансова інженерія, яка включає проектування, вироблення та реалізацію інноваційних фінансових інструментів та процесів для вирішення складних проблем у сфері управління фінансами. Пропонується поряд з відомим поділом фінансового ринку на первинний (первинне розміщення реальних фінансових інструментів) та вторинний (забезпечення ліквідності через перепродаж) ввести для ідентифікації строкового ринку поняття третинного ринку (ринку цінних паперів, які існують окремо від ринку базових активів).

Аналіз статистики зарубіжних ф'ючерсних ринків показав її недосконалість. Використання в якості порівняння обсягів укладених контрактів цих ринків з ринками їх базових активів є некоректним. Такі порівняння не мають сенсу, оскільки під час укладання ф'ючерсних та опціонних контрактів реально інвестується лише від 2-10% реальних коштів та ліквідних цінних паперів у вигляді маржевих внесків або премій.

Аналіз показав, що світовий строковий ринок за останні десять років повністю поміняв свою структуру. Сьогодні на ньому продаються і купуються строкові контракти на фінансові активи, частка контрактів з товарами є незначною. Особливо бурхливими темпами розвивається позабіржовий ринок.

Основними тенденціями розвитку сучасного строкового ринку є відхід від статусу бірж як некомерційних організацій, уніфікація клірингових систем); - зростання кількості учасників та суттєве розширення їх складу; - створення незалежних електронних систем з Internet доступом для акумулювання замовлень та їх сортування; - запровадження міжнародного регулювання, гармонізації та уніфікації за участю Міжнародної організації регулюючих комісій (IOSCO); - зближення біржового та позабіржового ринку через використання системи біржового клірингу.

Прискорений розвиток сучасних теорій строкових ринків пояснюється новими вимогами та обставинами, що характеризують товарні та фінансові ринки. Поглиблення економічних реформ в Україні настійно вимагає не лише вивчення новітніх економічних теорій та практики здійснення операцій на світових строкових ринках, але й вміння адаптувати їх на вітчизняних ринках. Сьогодні в Україні фінансові та товарні ринки розвиваються фрагментарно через безсистемне впровадження у практику та законодавство досвіду різних країн, як правило, з різними моделями функціонуючих ринків.

Ф'ючерсна біржа, з незначною кількістю високотехнологічних сучасних сертифікованих складів, розміщених у головних портах та транспортних вузлах, зокрема на кордонах, може і повинна обслуговувати строковий (ф'ючерсний) ринок, на якому здійснюється небагато угод з реальним товаром. Саме ф'ючерсний ринок даватиме прогнозні ціни та курси.

Для прискорення зародження класу біржових спекулянтів та хеджерів необхідно правильно трактувати їх доходи та збитки, отримані в результаті укладання строкових контрактів. Для спекулянтів це можливість показати збитки від програшних позицій, для хеджерів запровадження пільгового оподаткування доходів.

Ф'ючерсні ринки – це інформаційно відкриті системи з конкурентним доступом до інформації. Саме такі сегменти повинні допомогти стати на ноги великому бізнесу в Україні на законних підставах, даючи можливість працювати в умовах більшої інформаційної визначеності щодо майбутніх цін.

Основні економічні теорії, що базуються на гіпотезах раціональних сподівань основних учасників, ринковій рівновазі між попитом та пропозицією, випадкових блуканнях ринкових цін, симетричній інформаційній ефективності, виявилися неспроможними формувати достовірні прогнози динаміки майбутніх цін та курсів, передбачати кризові явища, які суттєво впливають на міжнародну валютно-фінансову стабільність та розвиток світової економіки.

Застосування лінійних моделей оцінки основних фінансових активів, статистичних методів визначення ризику через математичне сподівання та стандартне відхилення, не дають пояснення ні самому феномену існування ринкових трендів, ні часу їх зародження та зміни.

На самому рубежі третього тисячоліття народжується новий напрям дослідження, який отримав назву нелінійної парадигми, оскільки його фундатори намагаються вивчати фінансові ринки як нелінійні хаотичні системи з усією їх складністю та непередбачуваністю.

Фрактальність, яка характеризується загальною визначеністю та локальною випадковістю, не лише притаманна природнім об'єктам, вона є основою їх існування та стійкості до внутрішнього та зовнішнього впливу. За аналогією з природою стійкість та ліквідність фінансового ринку визначається різноманітністю інвестиційних горизонтів його учасників. Реальний фінансовий ринок одночасно не є детермінований законами, але не є і абсолютною випадковістю. Мірою непередбачуваності ринку є його фрактальна розмірність.

Гіпотеза фрактальності ф'ючерсного ринку як третинного сегменту фінансового ринку має всі права на існування, оскільки: ф'ючерсні ринки є хаотичними і складними; ф'ючерсні ринки характеризуються трендами та довгостроковими кореляціями (ефект зворотного зв'язку); критичні рівні цінових змін з'являються внаслідок дії певних факторів у певний час; часові ряди цін, доходів та їх відношень при зменшенні часових періодів будуть виглядати подібними, або мати фрактальну структуру; достовірність прогнозів падає із збільшенням майбутніх періодів, тобто на фінансових ринках існує чутливість до початкових умов; ф'ючерсні ринки практично не бувають у рівноважному стані.

Алла Мотрюк, 5 курс, «Облік і аудит», д/ф,
Наук. кер. – Бабінська О.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОТОВРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ

У статті розглянуто основні проблемні питання оподаткування експортно-імпортних операцій податком на додану вартість та запропоновано шляхи їх вирішення.

За умов посилення інтеграційних процесів у світовому господарстві та відкритості економіки України як їх учасника зростає значення державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності. Зокрема підвищується роль митно-тарифного та податкового регулювання, які сприяють збільшенню доходів бюджету. За рахунок надходжень мита, акцизів та ПДВ формується 17,3% бюджетних доходів, або 62% всіх надходжень від непрямого оподаткування. Разом з тим в оподаткуванні зовнішньоторговельних операцій існує ряд проблем, пов'язаних з накопиченням боргів та напругою у відносинах між основними партнерами, включаючи державу, надвеликим обсягом пільг, negroшових розрахунків, неадаптованістю цієї сфери в нових умовах [1, с. 73].

Мета роботи полягає в аналізі і оцінці зазначених проблем та опрацюванні заходів щодо їх розв'язання або принаймні пом'якшення їх гостроти.

Проблеми оподаткування, у тому числі зовнішньоторговельних операцій, висвітлюються в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема: Кукса В., Пинзеника В., Панасюка Б., Сліпця В., Соколовської А., Лайма Ебрілла, Майкла Кінга та інших, але однозначних пропозицій щодо їх вирішення ще не опрацьовано, особливо за умов порушення макроекономічної стабільності.

Одним із провідних чинників розвитку економіки будь-якої країни в умовах посилення глобалізаційних процесів є здійснення її суб'єктами господарювання ефективної зовнішньоекономічної діяльності [2, с. 120]. Для нашої держави як для країни, у якій економічна система продовжує своє формування і яка прагне бути залучена до глобального господарського механізму, дуже важливо не опинитися на периферії консолідаційних процесів, щоб не стати споживачем низькоякісних товарів і застарілих технологій. Тому очевидним є те, що необхідно провести детальний аналіз напрацювань теоретичного й практичного характеру при розробці ефективної системи регулювання ЗЕД. На жаль, саме зовнішньоторговельна сфера стала каналом поширення негативного впливу світової фінансово-економічної кризи на економіку України. Зважаючи на надмірно експортну зорієнтованість, що в умовах падіння світових цін на сировину та згорання світового попиту призвело до різкого скорочення обсягів виробництва вітчизняної промисловості, криза торкнулася майже всіх галузей господарства [9, с. 134].

На сучасному етапі в розвинутих країнах непрямі податки є однією з головних форм оподаткування, в тому числі зовнішньоекономічної діяльності. Непрямі податки виступають у вигляді надбавки до цін товарів і послуг, яка оплачується кінцевим споживачем, тобто непрямі податки сплачують особи, які витрачають грошові кошти на купівлю товарів і послуг. Одним із значимих інструментів податкового регулювання ЗЕД є податок на додану вартість (ПДВ) і його величина. Аналіз відношення ПДВ до обсягів доходу від реалізації товарів, робіт, послуг і відношення цього податку до сумарного обсягу виробничих запасів, готової продукції та товарів виявив множинні зв'язки між податковим навантаженням і зовнішньоекономічною діяльністю суб'єкта господарювання.

Дослідження І.В. Педь показали чималу корелятивну залежність між рядами даних, які утворюються значеннями податку на додану вартість, та обсягами отриманого доходу. Підприємства, у яких така залежність незначна, мають труднощі з відшкодуванням ПДВ [2, с.128]. Саме проблеми з відшкодуванням цього податку створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності певні труднощі, а це, у свою чергу, ускладнює вибір стратегій дій. Отож можна стверджувати, що податок на додану вартість загалом негативно впливає на розвиток зовнішньоекономічної діяльності. Проте, зважаючи на значний регулюючий вплив цього податку, його доцільно використовувати як дієвий важіль стимулювання, у першу чергу, інвестиційної діяльності, імпорту для забезпечення виробництва експортної продукції та імпорту, що має соціальне спрямування.

В.Н. Слепець у своїх дослідженнях пропонує використовувати розмір ставки ПДВ для стимулювання імпорту стратегічних товарів залежно від рівня насиченості внутрішнього ринку даним товаром [9, с. 90]. Якщо товар, який можна віднести до групи стратегічного імпорту, з'являється на ринку, то пропонується для нього встановлювати ставку ПДВ на рівні 5% або взагалі оподатковувати за нульовою ставкою. У міру зростання насиченості зростатиме й ставка ПДВ.

Попри значну історію застосування цього податку багато країн стикаються з низкою проблем, пов'язаних головним чином з оподаткуванням ПДВ зовнішньоторговельних операцій. Головними проблемами є необхідність повернення ПДВ експортерам, поширеність негрошових розрахунків з ПДВ, велика кількість пільг та наявність різних схем ухилення від його сплати. Невирішеність цих проблем негативно впливає на забезпечення податкових надходжень до бюджету, знижує фінансову ефективність ПДВ.

У європейських країнах податок на додану вартість (ПДВ) успішно виконує функцію стабільного джерела значної частки податкових надходжень. Однією з важливих переваг ПДВ є уникнення податкового навантаження експорту та встановлення рівного податкового навантаження на товари і послуги, як українського, так і іноземного виробництва, що реалізуються на внутрішньому ринку України. Як свідчить практика, порядок оподаткування на додану вартість зовнішньоторговельних операцій в Україні є актуальним і до цього дня в силу нестабільності та мінливості законодавчої бази, яка сприяє фінансовим порушенням і зловживанням у країні. Здійснення експортно-імпортних поставок вітчизняними підприємствами є однією з умов підвищення їх ефективного функціонування, зростання прибутковості та конкурентоспроможності.

По суті, ПДВ є непрямим податком, що включається у вартість товару і передається державі продавцем, хоча його адміністрування поки є досить складним.

Згідно закону, об'єктом оподаткування ПДВ є операції з ввезення (пересилання) товарів на митну територію України й отримання робіт (послуг), що надаються нерезидентами для їх використання або споживання на митній території України. Отже, об'єкт оподаткування – це ввезення товарів, тобто конкретна операція як об'єкт оподаткування, якщо говорити про сумове значення – то це митна вартість. Сума митного збору стягується з митної вартості товару [4].

Але нарахування ПДВ проводиться на митну вартість товару з урахуванням мита, а якщо товар підакцизний, то і з урахуванням акцизного збору. Тобто, на одні податки нараховуються інші. Мито і акцизний збір – це державні податки, і вони не мають бути об'єктом обкладення ПДВ. В даному випадку не дотримується принцип одноразовості оподаткування. Враховуючи об'єми і масштаби імпортних поставок товарів, не важко представити, на скільки ущемлені інтереси українських імпортерів [7].

За даними Міністерства фінансів України, загальний обсяг відшкодування ПДВ з державного бюджету в 2014 р., з урахуванням погашення простроченої заборгованості попередніх років, становив 40 671,8 млн грн. Одним з можливих способів зниження гостроти проблеми бюджетного відшкодування ПДВ експортерам є зміна підходів до політики податкового стимулювання експортерів. Обкладання нульовою ставкою ПДВ експорту всієї продукції приводить до збереження його сировинної структури і, як наслідок, застосування екстенсивної моделі економічного розвитку. Тому важливо залишити нульову ставку ПДВ лише для експорту товарів з високою часткою доданої вартості й звільнити від сплати податку експорт іншої продукції. В останньому випадку ПДВ, оплачений у ціні придбаних ресурсів, зараховуватиметься на витрати виробництва, що виключить можливість відшкодування ПДВ експортерам товарів з низькою часткою доданої вартості.

Обкладення ПДВ експортних операцій також має ряд особливостей. Сутність однієї з них полягає в тому, що при продажу товарів, які були вивезені платником податків за межі митної території України, податок на додану вартість обчислюється за нульовою ставкою [6].

На операції з товарами (майном), які вивозяться за межі митної території України за зовнішньоекономічними договорами й оформлені у митному відношенні з метою тимчасового вивезення протягом одного року, з товарами, які поставляються на консигнацію, з переробленою давальницькою сировиною нерезидента, що повертається його власникові, а також на операції з експорту товарів без фактичного їх вивезення з митної території України, нульова ставка ПДВ не поширюється [3, с. 210].

Згідно Податковому роз'ясненню щодо порядку застосування нульової ставки податку на додану вартість по операціях по вивозу (експортуванню) товарів за межі митної території України, затвердженому наказом Державній податковій адміністрації України від 05.09.2002 р. №418, визначено, що у випадку якщо по експортному контракту з нерезидентом продукція в звітному періоді не вивозиться за митні межі України, а відвантажується до місця формування експортних вантажів для подальшої відправки за межу, податкові зобов'язання у платника податків - експортера по нульовій ставці в цьому звітному періоді не виникають [5].

Лише після фактичного перетину товарами митної межі України (завершення оформлення вивізної вантажної митної декларації) платником податків - експортером визначаються податкові зобов'язання по нульовій ставці ПДВ. Таким чином, на дату відвантаження у підприємства-експортера виникає податкове зобов'язання по ПДВ, але немає підстави застосування нульової ставки, оскільки розмір ставки ПДВ можна визначити тільки після вивозу товарів за межі України. Чи означає це, що датою виникнення податкових зобов'язань із застосуванням нульової ставки податку є дата фактичного вивозу цих товарів за межі митних меж України (а не дата відвантаження з підприємства) з підтвердженням такого вивозу вантажної митної декларації [4].

Перелік експортних операцій передбачає і такі, що є звільненими від оподаткування ПДВ. Перелік операцій, при експорті товарів та супутніх такому експорту послуг яких застосовується нульова ставка, наведено у п. 6.2 ст. 6 Закону N 168/97-ВР [4].

При здійсненні операцій, що обкладаються ПДВ за нульовою ставкою відповідно бюджетне відшкодування сум ПДВ здійснюється протягом місяця, що настає після подання декларації за звітний період, у якому були здійснені такі операції [4]. Причому сума бюджетного відшкодування може бути повністю або частково зарахована в рахунок платежів по цьому податку або інших податках, зборах (обов'язкових платежах), які зараховуються до державного бюджету України.

Для отримання експортного відшкодування підприємство-експортер повинне представити до державної податкової інспекції оригінал п'ятого основного листа, який є екземпляром для декларанта, оформленого митним органом. Без такого підтвердження відшкодування сум ПДВ не реальне [1, с. 43].

Ефективність процедури відшкодування ПДВ є важливою складовою забезпечення конкурентоспроможності українських експортерів, оскільки будь-які затримки погашення державою боргів перед експортерами має наслідком підвищення собівартості продукції, що експортується, оскільки примушує товаровиробників здійснювати додаткові кредитні запозичення для фінансування поточної діяльності.

Хронічні затримки у виділенні бюджетних коштів для розрахунків із підприємствами-експортерами, а також низька ефективність системи адміністрування ПДВ органами податкової служби, що не забезпечує швидке здійснення процедур перевірки обґрунтованості вимог платників ПДВ, є основними проблемами, з якими стикаються підприємства-експортери, що мають право на бюджетне відшкодування [2 с.135].

Методика визначення суми експортного відшкодування наведена у ст. 8 Закону [4], де сказано, що експортному відшкодуванню підлягає відсоток податкового кредиту податкового періоду, що має дорівнювати частці обсягів продажу товарів (робіт, послуг) на експорт у загальному обсязі оподатковуваних операцій з продажу товарів (робіт, послуг) зазначеного податкового періоду (включаючи їх оподаткування при імпорті). Податковий кредит складається із сум ПДВ, що включаються до складу ціни придбаних товарів, вартість яких відноситься до складу валових витрат виробництва або підлягає амортизації, та які (суми ПДВ) фактично сплачені експортером грошовими коштами постачальникам починаючи з першого числа звітного місяця та закінчуючи днем (включно) подання розрахунку експортного відшкодування.

В експортні обсяги продажу товарів (робіт, послуг) з метою оподаткування не включаються майнові добровільні пожертвування на користь нерезидентів, майнові внески для продовження будь-якої спільної з нерезидентом діяльності за межами України, майнові внески, які повертаються іноземному інвестору.

Коли суб'єкт ЗЕД має непогашену заборгованість з ПДВ минулих податкових періодів або непогашений податковий вексель, сума експортного відшкодування (або її частина) направляється на погашення такої заборгованості або зараховується в рахунок погашення такого векселя. Суб'єкт ЗЕД також має право зарахувати суму експортного відшкодування (повністю або частково) в рахунок майбутніх платежів з ПДВ або інших податків, зборів (обов'язкових платежів), які зараховуються до Державного бюджету України.

Функціонування суб'єктів господарської діяльності здійснюється в умовах постійної конкурентної боротьби за ринки збуту. При цьому умови їх діяльності значною мірою визначаються податковими аспектами, тобто чинниками податкового впливу на їх діяльність. Узагальнення змісту впливу окремих елементів податкового регулювання ЗЕД показало, що його інструменти, зокрема податок на додану вартість, загалом мають негативний вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств, але можуть виступати як дієвий засіб стимулювання цих відносин. Вивчення основних тенденцій застосування податку як регулятивного механізму підтверджує доцільність і необхідність поступової зміни акцентів від суто фінансової функції оподаткування до регулюючої. Тому шляхами вирішення даних проблеми можуть бути такі заходи :

- удосконалення адміністрування ПДВ, радикальне зменшення зловживань;
- використання розміру ставки ПДВ для стимулювання імпорту стратегічних товарів залежно від рівня насиченості внутрішнього ринку даним товаром;
- забезпечення неможливості дискреційного скасування податкового кредиту;
- заборона контролю зв'язку видатків з господарською діяльністю;
- забезпечення недискреційного відшкодування ПДВ експортерам та іншим платникам з нульовою ставкою.

Оптимальне оподаткування зовнішньоекономічних операцій повинно давати змогу покривати існуючі фінансові потреби держави з мінімальними втратами народногосподарської ефективності. Воно має забезпечувати фінансову стабільність і передумови розвитку й країни в цілому, й окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. У зв'язку із цим, податкове регулювання потребує особливого контролю з боку держави. Необхідно здійснювати постійний моніторинг з метою виявлення впливу податкових важелів на розвиток зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Лукашова, І. О. Оподаткування: процеси стабілізації податкового механізму в операціях зовнішньоторговельних поставок [Текст] / І. О. Лукашова; 36. наук. статей за матеріалами III міжрег. наук.-практ. конф. "Спадкування у промисловому регіоні: теорія, практика і перспективи розвитку". – Донецьк: ДонДУЕТ. – 2003. с.342.
2. Педь І. В. Особливості оподаткування ПДВ зовнішньоекономічних операцій [Текст] / І. В. Педь. – Міжнародні фінанси. – 2007. – №1. – с. 257.
3. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] / І. В. Багрова; Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.
4. Про податок на додану вартість: закон України від 03.04.1997 р. №168/97-ВР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168/97>.
5. Про затвердження податкового роз'яснення щодо порядку застосування нульової ставки податку на додану вартість по операціях з вивезення (експортування) товарів за межі митної території України : Наказ від 5.09.2002 № 418 ДПА України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua>.
6. Про затвердження Порядку визначення відповідності платника податку на додану вартість критеріям, які дають право на отримання автоматичного бюджетного відшкодування податку на додану вартість : Наказ від 14.11.2014 № 1128 Міністерство фінансів України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua>
7. Соколов О. НДС и внешнеэкономическая деятельность: «подводные камни» в налогообложении: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.meta-inform.com>
8. Современный НДС / Лайам Эбрилл, Майкл Кин, Жан Поль Боден, Виктория Саммерс: Пер. с англ. – М.: Изд. «Весь мир», 2003. – 274 с.
9. Слепец В.Н. Международное налогообложение// В.Н.Слепец: Підручник. – Одеса: «АстроПринт», 2000. – 248 с.

Іванна Швейко, 6 курс, спец. «Маркетинг», з/ф,
Наук. Кер. – Вдовічена О.Г.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

В даній статті викладено науково-теоретичних характеристик щодо визначення особливостей виходу торговельного підприємства на зовнішній ринок: мотивів, бар'єрів та стратегій фірм, що планують виходити на міжнародну арену.

Для кожного підприємства, що розвивається рано чи пізно настає момент, коли його починає не задовольняти характеристики вітчизняного ринку, політичний клімат чи економічні умови в державі, тому само собою виникає питання виходу підприємства на зовнішні ринки. Для України це доволі актуальне питання, проте такі перешкоди як нестача фінансових засобів, незадовільний стан основних засобів, невідповідність продукції міжнародним стандартам, а також застарілість технологій, є, для багатьох підприємств, одними з основних причин, що перешкоджають виходу на закордонні ринки. Проте, в Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентоздатними не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. [1].

Вихід підприємств на зовнішні ринки зазвичай є тривалим еволюційним процесом. Систематичне, поступове набуття досвіду в зовнішньоекономічній діяльності – найкращий, а в багатьох випадках і єдиний шлях до стабільного успіху [1]. Потреба в нових теоретичних і практичних підходах до виходу підприємств на зовнішні ринки та формування ефективної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю посилює інтерес до удосконалення досвіду в даній галузі. Тому дослідження процесу виходу підприємств на міжнародну арену достатньо актуальні в сучасних ринкових умовах.

Питанню вивчення побудови стратегії виходу на зовнішні ринки в сучасному світі присвятили увагу багато наукових шкіл. Серед них – П. Друкер, Г. Мінцберг, М. Портер, П. Нортон, російські та українські вчені – П. Немцов, Шершньова З.М., Пастухова В.О. та інші. Проте, аналіз праць і публікацій вказаних авторів засвідчує недостатню вивченість питань пов'язаних з проблемами виходу торговельного підприємства на світову арену.

Крім того, побудова стратегії виходу на зовнішній ринок має свої особливості, вона повинна враховувати законодавство, а також міжнародні стандарти і традиції тих країн, корпорацій і ринків, на які планується вихід.

При виході на зовнішній ринок підприємство потрапляє в умови жорсткої міжнародної конкуренції. У цих умовах можна успішно працювати, лише застосовуючи сучасні методи управління, у тому числі і маркетинг.

Під маркетингом розуміється система внутрішнього фірмового управління, направлена на вивчення і облік ринкового попиту, потреб і вимог конкретних споживачів до продукту для більш обґрунтованої орієнтації науково-технічної і виробничо-збутової діяльності фірми на випуск конкурентоздатних видів продукції, щоб забезпечити отримання планованого розміру прибутку [2].

Конкуренція маркетингу полягає в тому, що вся діяльність підприємства, включаючи програми науково-технічних досліджень, виробництва, капіталовкладень, фінанси, використання робочої сили, а також програми збуту, технічного обслуговування і так далі, ґрунтуються на сучасному погляді на споживчий попит і прогнозуванні його змін в перспективі. Принципових, корінних відмінностей між маркетингом для внутрішнього (діяльність усередині країни) і зовнішнього ринків немає. І у тому, і в іншому випадку використовуються різноманітні методи, засоби, прийоми і принципи маркетингової діяльності[2].

Склавши перелік можливих закордонних ринків, фірма повинна зайнятися їх відбором і ранжируванням. Країни-кандидати можна класифікувати за такими критеріями:

- розмір ринку;
- його динаміка зростання;
- витрати на ведення справ;
- конкурентні переваги;
- ступінь ризику.

Мета ранжирування установити, який ринок забезпечить фірмі найбільш високий довгостроковий прибуток на вкладений капітал.

Проте, необхідно враховувати особливості зарубіжних ринків при управлінні підприємством, а також при розробці планів щодо виходу продукції підприємства на цей ринок. Відтак передусім необхідно звернути особливу увагу на такі аспекти:

- Ø зовнішні ринки характеризуються помітним перевищенням пропозиції над попитом;
- Ø дослідження зовнішніх ринків вимагає більше часу і є трудомістким, оскільки вимагає вивчення великої кількості інформації з різних джерел;
- Ø ефективна робота на зовнішніх ринках передбачає гнучке використання комплексу маркетингових методів: правильного вибору збутової організації, контролю за роботою торгових посередників, вибору і застосування різних методів стимулювання збуту, ділової діяльності, реклами і ін.
- Ø для ефективної роботи необхідно враховувати вимоги зовнішнього середовища маркетингу: особливості чинного законодавства, міжнародні правила, соціально-культурне середовище, звичаї, правила валютно-фінансових розрахунків, політику і ін.

Ø характер, форми і методи маркетингової діяльності залежатимуть від виду, особливостей товару, масштабів виробництва експортних товару, характеру діяльності підприємства

Звичайно, велике значення мають такі ринкові умови як:

- Ø виявлення потреб в товарі;
- Ø визначення рівня купівельної спроможності;
- Ø вимоги покупців до товару та чинники купівельної поведінки;
- Ø визначення цільової аудиторії та перспектив зміни потреб в товарі;
- Ø ємкості ринку;
- Ø висока якість виготовлення і безвідмовність в експлуатації товарів,
- Ø новизна і високий технічний рівень виробів;
- Ø рівень після продажного обслуговування;
- Ø сприятливе співвідношення між ціною придбання і ціною експлуатації.

Підприємство, яке не визнає значимість стратегічного планування, не має можливості розробити ефективну маркетингову стратегію виходу на міжнародний ринок. Тільки стратегічно - орієнтоване підприємство має істотні переваги, які при доцільному та правильному використанні можуть зумовити вихід в лідери не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку. До таких переваг можна віднести [2]:

- Ø зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів «невизначеності майбутнього»;
- Ø можливість отримати необхідну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень;
- Ø полегшення роботи по забезпеченню довго - та короткострокової ефективності та прибутковості;
- Ø вироблення більш керованої організації. оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань;
- Ø можливість встановлення системи стимулювання для розвитку гнучкості та пристосованості підприємства та окремих його підсистем до змін;
- Ø створення виробничого потенціалу та систем зовнішніх зв'язків, що є сприятливими до змін і дають можливість досягти майбутніх цілей;
- Ø реалізація зазначених принципів дає змогу побудувати обґрунтовану послідовність дій щодо реалізації концепції та формування системи стратегічного планування.

Враховуючи ці чинники підприємство має змогу розробити ефективні стратегії виходу на зовнішній ринок та закріплення позицій на ньому[3, с.275]. Основні чинники, які впливають на вибір стратегій підприємства, це:

- 1) макроекономічні показники і характеристики країни, такі, як грошово-кредитна політика держави, оподаткування і митне регулювання, рівень інфляції тощо.
- 2) при виході на зовнішній ринок важливо також враховувати діяльність різних міжнародних організацій, дії міждержавних угод;
- 3) важливо враховувати характеристики конкретного ринку, його структуру і тип конкуренції, особливості товару, що продається;
- 4) необхідно визначати еластичність попиту.

Проведене дослідження доводить, що для проникнення торговельного підприємства на світові ринки необхідним є створення та доцільне використання стратегій фірми. Розробка методів та шляхів виходу

підприємством на міжнародні ринки, своєчасне виявлення і визнання помилок завдяки стратегічному плануванню допоможе обійти бар'єри, помилки, а також розробити коригувальні рішення, а це в свою чергу допоможе підприємстві чи компанії вирішити маркетингові і тактичні завдання на закордонному ринку. Отже, проблема виходу підприємства на зовнішні ринки торкається багатьох аспектів діяльності підприємства та вимагає врахування зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на формування його політики. Але головна проблема підприємства це недостатність інформації про зовнішній ринок, тобто конкуренція. Для ефективної роботи підприємства необхідно, в першу чергу, розробити стратегію, першим етапом якої буде дослідження й аналіз зовнішнього середовища.

Пріоритетом зовнішньоекономічної стратегії як системи певних дій повинен бути ефективний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства, тобто довгострокове і динамічне покращення його позиції на світовому ринку, а не короткострокові вигоди.

Список використаних джерел:

1. Болдуєва О.В. Оцінювання економічної ефективності зовнішньої діяльності суб'єктів господарювання / О.В. Болдуєва // Держава та регіони. – 2009. – №4. – С.190-195.
2. Стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.frontmanagement.org/fomant-923.html>
3. Шмаленко Я.В. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства / Я.В. Шмаленко // Держава та регіони. – 2008. – №3. – С. 270-277.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

У даній статті розкриваються основні тенденції розвитку легкої промисловості у Карпатському економічному районі в загальному та по кожній області регіону окремо. Визначено основні підприємства даної галузі, які успішно працюють на даний час. Виявлено основні проблеми та сформульовано шляхи їх вирішення.

Легка промисловість є важливим видом промислової діяльності, який має соціальну спрямованість, і посідає друге місце після харчової щодо задоволення потреб людини першого рівня за ієрархією А.Маслоу.

В Карпатському районі дана галузь набула значного розвитку й орієнтується як на місцеву, так і на привізну сировину. У її структурі найбільшу частку становить продукція текстильної, швейної та хутрової підгалузей. У структурі територіально-виробничих комплексів району легка промисловість, як правило, є допоміжною або обслуговуючою, проте її наявність посилює комплексність розвитку Карпатського економічного району. Характер її територіальної організації визначається споживчим і сировинним чинниками з винятково великим впливом забезпеченості виробництва трудовими ресурсами[1, с.32].

В Карпатському районі, як ніде в Україні, розвинуті народні промисли: ткацтво, килимарство, вишивання, гончарство, виготовлення виробів з дерева, лози тощо.

Вагомий внесок у дослідження питань відносно розвитку легкої промисловості зробили такі вітчизняні вчені, як Жук М.В., Нижик В.М., Шарко В.В, Сазонець І.Л., Чернюк Л.Г.

Тема розвитку легкої промисловості є підставою для багатьох суперечок та дискусій в засобах масової інформації, тому можна дійти до висновку, що на даний час вона є однією з найактуальніших тем.

Метою даної статті є дослідження розвитку легкої промисловості в Карпатському регіоні та основних підприємств галузі.

Отже, розглянемо детальніше основні тенденції розвитку підприємств легкої промисловості у розрізі областей Карпатського регіону.

У Бориславі, Львові, Долині, Чернівцях виготовляються рослинні волокна, бавовняно-паперові, шерстяні й ворсові, шовкові тканини, в Іршаві - конопляні, джутові й паперові (СП «Сандерс-ІршаваГМБХ»). Тканини для промислового використання, мотузки, вишивка, килимки, доріжки, скатерті, покривала виробляють підприємства ВТФ «Бистриця», «Візерунки Прикарпаття» (Івано-Франківськ), «Гуцульщина» (Косів), «Карпатські візерунки» (Коломия), «Юність» (Львів), ЗАТ «Перо-пухова фабрика», фабрика вторинної сировини та ім. Л.Українки (Львів), ВАТ «Хутро» (Рахівський район).

Значне місце в промисловості Чернівецької області займає легка промисловість. Вона представлена такими підсекціями, як швейна, текстильна, трикотажна, шкіряна, хутрова та взуттєва. Якщо у 2000 році провідне місце серед підгалузей легкої промисловості займала текстильна промисловість і її частка сягала понад 50% загального обсягу виробництва галузі, то на сьогодні пріоритет став належати виробництву готового одягу (45,8%) і виробництву взуття (38,0%)[2, с. 41].

До найбільших підприємств легкої промисловості відноситься Чернівецьке акціонерне товариство відкритого типу «Трембіта» (створене у 1944 році) – це один з лідерів у виготовленні чоловічого та жіночого одягу. Серед пріоритетів розвитку акціонерного товариства – модернізація, автоматизація виробництва, курс на відмінну якість продукції, постійне оновлення асортименту для задоволення найвибагливіших смаків покупців. Вагомий вклад в розвиток галузі вносять СП «Конфтрем», ВАТ «Розма», ВКТФ «Акцент ЛТД», СП «Сузір'я» [3, с.128].

Більше 60 підприємств Івано-Франківської області належать до легкої промисловості. Ця галузь володіє великими потенційними можливостями виробництва одягу із натурального хутра, шкіртоварів для взуттєвої і шкіргалантерейної промисловості, тафтингового покриття, бавовняної пряжі, верхнього та легкого одягу, спецодягу, верхнього трикотажу, гардинного полотна.

Понад чотири століття відоме хутрове виробництво у Тисмениці, що знаходиться поруч з обласним центром. Сьогодні ВАТ хутрофірма «Тисмениця» – це вертикальна замкнута структура, що забезпечує вичинку та фарбування шкурок кролика, норки, нутрії, каракулю, лисиці, песця, ондатри, овчини та пошиття з них чоловічих, жіночих і дитячих головних уборів, пальт, півпальт, жакетів та виробів з хутровою підкладкою. Володіючи власними можливостями сучасного дизайну, підприємство удостоєне вагомих міжнародних призів, щорічно отримує медалі та дипломи за кращі моделі, є постійним учасником Франкфуртського міжнародного ярмарку.

У 1989 році хутрофірмою «Тисмениця» і нідерландсько-німецькою асоціацією засноване спільне українсько-нідерландське підприємство «Тикаферлюкс», яке також займається вичинкою всіх видів шкурок та пошиттям елітних виробів із хутра. Зимовий одяг з торгового маркою «Тикаферлюкс» відповідає найсучаснішим вимогам світової моди щодо якості, різноманітності та дизайну[2, с.43].

Усього в Закарпатській області нині нараховується 62 промислові підприємства щомісячного обліку, які займаються виробництвом продукції легкої промисловості. За територіальним поділом вони в основному розташовані у містах Ужгороді, Мукачеві, Хусті та Виноградівському районі.

У галузі більше 80 відсотків підприємств займається переробкою давальницької сировини. Практично весь обсяг давальницької сировини – це поставки на замовлення іноземних партнерів.

За таких умов тривалий період працюють акціонерні товариства «Ужгородська швейна фабрика», «Ужгородська взуттєва фабрика», «Гронотекс», «Мукачівська трикотажна фабрика «Мрія», СП «Сандерс-Виноградів ГМБХ», ТОВ «Едельвейс-Лего». Зазначені підприємства співпрацюють з іноземними фірмами «Вольтер» (Англія), «Ле-Го» та «Геррудер-Сандерс ГМБХЧ і Ко» (Німеччина), «Наталі» (Франція), «МІК-Італі» (Італія) [2, с.45].

Комплекс легкої індустрії у Львівській області тісно пов'язаний з АПК, однак працює в основному на привізній сировині і матеріалах. Він сприяє більш повному використанню ресурсів жіночої праці. До нього входять текстильна, трикотажна, швейна, хутрова, шкіряна і взуттєва галузі промисловості. Найбільш високими темпами серед них розвивалася текстильна, особливо виробництво нетканих матеріалів (м. Борислав). На привізній сировині працює бавовняна і шовкова (Львів), трикотажна (Львів, Червоноград, Сокаль) галузі. Шкірно-взуттєва галузь забезпечена сировиною (шкірами) з м'ясокомбінатів області і територіально пристосована до головних центрів отримання сировини (Львів, Борислав, Дрогобич, Стрий). Швейна промисловість розміщується в більшості міст області [4, с.436].

Серед найбільших підприємств-виробників продукції легкої промисловості області: ПРАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс» (виробництво робочого одягу), ПРАТ ВАТ «Калина» (виробництво спіднього одягу), ТОВ «Бадер Україна» (виробництво галантерейних виробів), ТЗОВ «Українська панчішна компанія», ДП «Львівтекс» датської компанії «Грін Коттон» (виробництво спіднього одягу), ТЗОВ «Йоха Україна» (виробництво спіднього одягу), ПП «Альма-Галич» (виробництво шкіри), ТДВ «Львівський маяк» (виробництво верхнього одягу).

Слід зазначити, що майже всі підприємства цієї галузі, які мають високий технічний рівень, організували виробництво швейних виробів з орієнтацією на європейський ринок.

Кластер легкої промисловості мав загалом негативну динаміку обсягів реалізації підприємств впродовж останніх років, однак підприємства легкої промисловості Львівської області довели свою життєздатність та спромоглися зайняти конкурентоспроможну нішу в глобальних виробничих ланцюгах [2, с.46].

Основні причини, що перешкоджають розвитку легкої промисловості в Карпатському регіоні, це: дефіцит стратегічно важливих для галузі видів сировини (переважання привізної сировини); високий ступінь зношеності основних засобів виробництва, необхідність його модернізації та технічного покращення; великий сегмент споживачів з низькими доходами; проблема захисту українського виробника.

Стратегічні напрями та пріоритети перспективного розвитку галузі:

- збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, яка вирізняється високою якістю;
- розвиток сировинної бази і відмова від давальницьких схем сировинного забезпечення виробництва;
- проведення реконструкції та технічного переоснащення підприємств (залучення іноземних інвестицій і технологій);
- створення системи захисту внутрішнього ринку (в тому числі від контрабандного ввозу товарів і тінювого виробництва);
- стимулювання вітчизняного виробника.

Отже, незважаючи на ряд проблем, які склалися в розвитку легкої промисловості району, все ж таки її варто розглядати як перспективну галузь. Проаналізувавши дану галузь можна сказати, що головною метою її стратегічного розвитку є створення умов, направлених на підвищення ефективності виробництва сучасних конкурентоспроможних товарів, які будуть задовольняти потреби населення, що й забезпечить стабільний розвиток легкої промисловості в перспективі.

Список використаних джерел:

1. Жук М.В. «Методологічні аспекти розвитку та розміщення галузей Карпатського району», Автореферат, дис. канд. ек. наук, – К.: НАНУ, 2009р. – ст.32.
2. Нижик В.М., Шарко В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості//Інноваційна економіка// Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – 41-46 ст.
3. Сазонець І.Л. «Розміщення продуктивних сил»: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2011 – 320 ст.
4. Чернюк Л.Г. «Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка України»: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2010 – 728 ст.

Наталія Бурлака, 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», з/ф,
Наук.кер. – Гомба Л.А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ПОРЯДОК ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

Стаття присвячена узагальненню принципів управлінської діяльності і підходів до її якісного аналізу та кількісного оцінювання. На основі проведеного дослідження зроблено висновок, що для оцінки управлінської діяльності важливим моментом є діагностика людей на наявність у них потенціалу підприємливості.

Управлінська діяльність - один із найважливіших факторів функціонування й розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. Її діяльність постійно удосконалюється у відповідності до об'єктивних вимог виробництва і реалізації товарів, складності господарських зв'язків, підвищення ролі споживача у формуванні техніко-економічних та інших параметрів продукції.

Сучасні проблеми розвитку управлінської діяльності досліджені в працях як зарубіжних учених П. Друкера, Т. Ламберта, К. Клока, Дж. Голдсмита, Дж. Джорджа, Г. Джоунса так і України та країн СНД: Б. Будзана, Ф. Русінова, Л. Нікуліна, В. Пономаренко, Г. Одінцова, В. Гриньова, О. Віханського, С. Наумова, В. Травіна, та ін. Їх дослідження дозволяють висувати гіпотези більш широких досліджень сучасних резервів підвищення ефективності праці осіб, зайнятих у системі управління підприємствами.

Основним завданням статті є узагальнення загальних принципів управлінської діяльності і порядку її оцінювання.

Необхідність аналізу та визначення принципів під час вивчення проблеми управління розвитком управлінської діяльності ми обґрунтовували тим, що структуру теорії формують принципи, аксіоми, закони, судження, поняття, категорії і факти.

Як відомо з теорії менеджменту принцип – це правило, яке виникає в результаті суб'єктивно осмисленого досвіду людей [2].

Вибираючи принципи з теорії менеджменту стосовно управлінської діяльності, необхідно виділити систему принципів, запропоновану класиком менеджменту Ф. Тейлором. Хоча вони були сформульовані досить давно, проте ці принципи є актуальними й сьогодні. Таких принципів відносно управління Ф. Тейлор виділяє чотири:

1. Напрацювання істинних наукових основ виробництва.
2. Науковий підбір кадрів.
3. Розвиток наукового рівня працівників системи управління і їх тренування.
4. Тісне співробітництво між адміністрацією і персоналом.

Як відомо, кожна конкретна наука збагачується і дістає змогу вирішити власні проблеми, орієнтуючись на здобутки інших наук. Близькою за призначенням до науки управління є праксеологія – спеціальна наука, предметом якої є людська діяльність. Вивчення її основних положень і формулювання на цій основі принципів організації ефективної управлінської діяльності – це новий напрямок її розвитку.

Вивчення принципів управлінської діяльності позначається на зміні характеристик цього явища, підходів до її якісного аналізу та кількісного оцінювання.

Розвиток управлінської діяльності залежить від управління її упорядкованістю. Тобто, з одного боку, управлінська діяльність має за мету впорядкування системи, на яку вона скерована, з іншого – сама потребує впорядкування. Ефективність такого впорядкування визначається об'єктивністю обраних оцінок, їх кількісними характеристиками, обґрунтуванням методик вимірювання управлінської діяльності. Таке вимірювання повинне забезпечувати об'єктивне відображення дійсного стану управлінської діяльності. У той же час показники, які використовуються для оцінки управлінської діяльності, повинні не тільки відображувати дійсність, хоч би яким важливим це не було для її вивчення та аналізу. Не менш суттєвим для системи показників є їх активна роль в управлінні розвитком управлінської діяльності.

Враховуючи цю особливу роль показників, необхідно характеристику кожного з них розглядати в поєднанні двох сторін: об'єктивного змісту і практичного призначення. Один і той же показник може бути придатним для одних цілей і непридатним для інших, методика його формування може відповідати одним вимогам і не відповідати іншим.

Для відображення об'єктивної реальності характеристики показники використовуються не ізольовано, а в деякій системі. Управління торговельними організаціями базується на системі належних технологій, тобто процесів використання відповідних важелів та інструментів для зміни економічних процесів та поведінки персоналу. Воно реалізується через непростий механізм впливу керівної системи на керовану, що має складну конструкцію з такими елементами: принципи, методи та стиль управління, процес вироблення та реалізації управлінських рішень та ін. Але цей механізм реалізується через людей, а тому на якість системи управління суттєво впливають умови та фактори, які формують певний тип їх поведінки, емоційно-психологічні характеристики, клімат у колективі. Тобто крім вимірювання окремих елементів та процесів системи управління необхідно оцінювати передумови та результати випробуваних відносин між людьми. Оцінюючи управлінську діяльність, враховують і внутрішню її організованість.

Важливою ознакою якості сучасного менеджменту є його здатність реалізувати творчі перетворення механізму управління відповідно до вимог, що висувуються через зміни у зовнішньому середовищі. У зв'язку з цим для забезпечення ефективності управлінської діяльності важливим є розробка оцінок творчості, розвитку та використання потенціалу підприємливості персоналу.

Якісна система вимірювання дозволяє, по-перше, через свої закономірності з'ясовувати закономірності сутності явища чи процесу, які вивчаються, по-друге, відображати суперечності, характерні для них. Швидка зміна завдань та ситуацій, що з'являються в менеджменті, вимагає своєчасного визначення суперечностей та надання відповідних рекомендацій щодо їх вирішення. При цьому показники повинні давати можливість вимірювати не тільки статику явища, а й його динаміку. Практика свідчить, що показники досить точно відображають стан і розвиток явища лише за умови, коли кожний з них розглядається не ізольовано, а є складовою впорядкованої системи, яка характеризує взаємодію окремих частин цілісності вимірюваного явища.

Управлінська діяльність, як складний процес, базується на таких положеннях:

1. Управлінська діяльність розглядається як складна, динамічна цілісна система, спроможна саморозвиватися, якій притаманні внутрішні латентні чинники.

2. Оцінка реалізує три функції: пізнавальну, статистичну, конструктивну.

3. Методика оцінки управлінської діяльності передбачає системний цільовий підхід. Крім того, використовується ситуаційний підхід, оскільки необхідно розглядати комплекс ситуацій, що виникають в управлінських процесах, життєвих циклах елементів виробничої організації, пов'язаних з цими інноваційними стратегічними змінами.

4. Перший етап операцій з кількісним відображенням управлінської діяльності полягає у первинному кількісному вимірюванні якісних ознак керівництва і лідерства, їхніх чинників та умов реалізації. Цей етап виконується технологіями соціологічних досліджень.

5. Для забезпечення адекватності кількісної оцінки управлінської діяльності з будь-якого аспекту необхідно встановити найпростіші якісні характеристики, відношення між якими необхідно, по-перше, досліджувати у зв'язку з попередньо сформульованою проблемою, по-друге, відобразити в деякому кількісному масштабі для того, щоб оцінити інтенсивність їх проявлення.

Потреби практики обумовлюють необхідність використання двох схем аналізу управлінської діяльності: детального і діагностичного. Діагностичний слід використовувати як моніторинговий, на основі якого оперативно виконується корегування управлінської діяльності. Призначенням детального аналізу є

обґрунтування характеру та місця суттєвих змін діяльності працівників системи управління підприємством. На основі підходу запропонованого в літературі (наприклад, [1]), можна виділити таку схему детальної оцінки управлінської діяльності:

- характеристика проблеми;
- формулювання завдань, що окреслюють припущення та обмеження вирішення проблеми;
- характеристика системи, у межах якої буде вирішуватися проблема (склад внутрішнього середовища, склад зовнішнього середовища, чинників, що впливають на діяльність та умови її реалізації);
- оцінка ресурсного потенціалу, необхідного для вирішення поставленої проблеми;
- оцінка організаційного потенціалу;
- інтегральна оцінка управлінської діяльності;
- висновки з аналізу, перелік резервів та визначення послідовності введення їх в дію.

Діагностичний аналіз традиційно виконується на основі обмеженого, доступного переліку параметрів внутрішнього середовища підприємства.

Обов'язковими умовами діагностичної оцінки є:

1. Особи, що здійснюють оцінювання, повинні бути фахівцями, володіти потрібними знаннями і навички системного моделювання і системного аналізу.

2. Попередньо повинен бути встановлений зв'язок діагностичних параметрів з іншими важливими параметрами системи, щоб за станом діагностичних параметрів можна було оцінити стан або всієї системи, або її значної частини.

3. Інформація про значення відібраних діагностичних параметрів повинна бути достовірною, оскільки при обмеженні параметрів зростає ризик втрат через неточність діагнозу системи.

Для оцінки управлінської діяльності важливим моментом є діагностика людей на наявність у них потенціалу підприємливості. Інформація про стан цієї характеристики дозволяє діагностувати стан інноваційного потенціалу підприємства як цілісної системи.

Виконання діагностичного аналізу вимагає певної інформаційної бази. Схема діагностичного аналізу така:

1. Облік ситуацій і стану проблем.
2. Визначення і поновлення діагностичних параметрів, що характеризують управлінську діяльність окремих працівників і колективів у цілому.
3. Встановлення взаємозв'язку цілей діяльності підприємства й управління з діагностичними параметрами.
4. Оцінка стану окремих параметрів діяльності працівників системи управління підприємством.
5. Оцінка потенціалу підприємливості працівників системи управління і чинників, що впливають на нього.
6. Аналіз оцінок окремих характеристик менеджменту.

Об'єктивність висновків якісно-кількісного аналізу управлінської діяльності забезпечується дотриманням вимог до обраних оцінок. Якісне обґрунтування технологій вимірювання явищ містить суттєві переваги у впорядкуванні управлінської діяльності. Так, досліджуючи резерви підвищення продуктивності праці, у тому числі й менеджерів, Б.Вернер [3] так обґрунтовує доцільність кількісного підходу: Процес вимірювання, оцінки може забезпечити ефективний вплив на результативність роботи підприємства чи підрозділу, оскільки його наслідки будуть такі:

1. Увагу керівництва підприємства буде зосереджено на актуальних проблемах життєдіяльності підприємства і факторах, що їх обумовлюють;

2. Використовуючи партисипативні методи управління, результати вимірювання будуть зумовлювати пошуки резервів багатьма працівниками підприємства, оскільки оцінки створюють основу для організації пошуку та використанні резервів підвищення ефективності роботи підприємства;

3. Використання кількісних вимірювачів за умови, що вони будуть використовуватися кваліфіковано, сприятиме глибокому розумінню проблеми, її структуризації навіть у випадках, коли кількісне рішення не можна отримати чи обґрунтувати [3].

Суттєвою вимогою до оцінки управлінської діяльності є визначення її кінцевого результату. Для цього використовують поняття «економічна ефективність», «результативність».

Оцінити ефективність управлінської діяльності як складного явища, з використанням тільки економічних критеріїв шляхом порівняння результатів та витрат, неможливо, оскільки творчість як особливе соціальне явище, не можна в повній мірі описати кількісними показниками. Поняття «економічна ефективність управління» за змістом вужче, ніж поняття «ефективність управління». Остання включає в себе врахування не тільки економічних факторів, а й урахування соціальних факторів». Це, зокрема, пов'язано з тим, що діяльність кожного окремого колективу, який виконує роботу в межах своїх функціональних повноважень, має багатогранні характеристики і внутрішні закономірності, які виникають під впливом специфічних завдань та історично встановленого на підприємстві нормативного розподілу прав та обов'язків. Але в кожному колективі об'єктивно утворюються система власних формальних і неформальних відносин, частина яких недостатньо формалізована. Такі відносини не можна описати кількісними або якісними показниками безпосередньо, оскільки вони мають латентний характер.

Таким чином, постає достатньо складне і водночас важливе завдання – визначити якісний склад формальних показників та методи їх обробки, які дозволили б непрямим шляхом виявити та адекватно описати закономірності перебігу соціально-економічних процесів, що мають латентний характер, зокрема і в управлінській діяльності.

На думку науковців, необхідно використовувати такий підхід, який би ґрунтувався на експертних оцінках [4]. Його переваги полягають в тому, що він дозволяє враховувати одночасно соціальні та економічні фактори, які не завжди можна визначити кількісними характеристиками, але вони істотно впливають на результативність

діяльності організацій. Такий підхід розглядається як варіант нормативного методу, у якому як норматив у системі вибраного кола проблем є оцінка компетентних осіб. Окрім того, у цьому випадку стає можливим більш повне виявлення чинників, що стосуються досліджуваних проблем, а зокрема тієї, що має недостатньо формалізований характер і не піддається кількісному вимірюванню.

У використанні експертних оцінок важливими є також інші аргументи. Традиційні методи оцінки ефективності управлінської діяльності, що базуються здебільшого на економічному підході (використання методик ефективності капітальних вкладень, побудова синтетичних показників тощо) мають два суттєвих недоліки. По-перше, вони не чутливі до змін, і можуть оцінювати ефективність управління ретроспективно, по-друге, вони не враховують дію соціально-психологічних факторів, які дозволяють підвищити ефективність управлінської діяльності шляхом використання якісних характеристик індивідів, що займаються творчою працею. Тому необхідно відзначити, що ефективність управлінської праці на сучасному етапі забезпечується не стільки корегуванням роботи з орієнтацією на стан та тенденції, враховуючи минулу результативність, скільки з орієнтацією на майбутнє з урахуванням стратегічних цілей розвитку організації. Формалізація дозволяє виконати такий етап вимірювання та оцінки: визначити характеристику, шкалу для їх вимірювання.

Отже, для оцінки управлінської діяльності важливим моментом є діагностика людей на наявність у них потенціалу підприємливості. Інформація про стан цієї характеристики дозволяє діагностувати стан інноваційного потенціалу підприємства як цілісної системи.

Список використаних джерел:

1. Баєва О. В. Основи менеджменту : практикум : навч. посіб. / О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – Ч. 2. – 524 с. ; ISBN 966-541-036-9.
2. Віханський О. С. Менеджмент : підручник / О. С. Віханський, А. І. Наумов. – М. : МГУ, 2007. – 221 с. ; ISBN 966-8291-55-7.
3. Вернер Б. Роль стратегічного менеджменту в забезпеченні конкурентоспроможності малих та середніх підприємств / Київський ун-т ім. Т.Г. Шевченка, Ін-т міжнародних відносин. : навч. посіб. / Б. Вернер. – К., 2002. – 317 с. ; ISBN 978-5-49807-750-5.
4. Виноградський М. Д. Організація праці менеджера : підручник / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова – К. : Кондор. – 2003. – 414 с. ; ISBN 978-966-2025-96-5.
5. Мошек Г. Є. Менеджмент підприємства : Підручник / Г. Є. Мошек, Л. А. Гомба, Л. П. Піддубна. – К. КНЕУ, 2002. – 371 с. ; ISBN 966-629-012-X.

Іванна Буряк, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф,
Наук. кер. - Бутирська І.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

В статті висвітлюється сутність управління ефективністю діяльністю підприємств та розглядаються сучасні методи управління ефективністю діяльності підприємств.

Ефективність є однією з головних характеристик результативності управління процесами на підприємстві, що зумовлює необхідність її детального вивчення. Проте сьогодні питання її визначення є дискусійними. Забезпечення ефективності напряму пов'язано з його оцінюванням.

Сьогодні багато консультантів і фахівців говорять про управління ефективністю, дають різні поради і роблять висновки «космічного масштабу» про те, як її підвищити. Чим більше глибокими теоретичними знаннями ми володіємо, тим досконаліша наша практична діяльність. Дійсно, управляти ефективністю можна тільки в тому випадку, якщо ми глибоко розуміємо природу цієї категорії.

Правильний вибір методу, на підставі якого повинна здійснюватись оцінка ефективності управління діяльністю підприємства є дуже важливим у здійсненні оцінки. Дану проблему розглядали багато вітчизняних та зарубіжних учених.

Найцікавішими є роботи А.Н. Тіщенко, З.П. Румянцевой, Н.А. Кизіма, Дж.К. Лафти, Д.П. Нортон, Р.С. Каплана, І.І. Мазура, В.Д. Шапіро, Н.Г. Ольдерогге. Проте різні точки зору, які представлено в цих роботах, зумовлюють більшу дискусію.

Загальний механізм управління ефективністю підприємства - це сукупність організаційних структур, конкретних інструментів, методик і методів управління, що реалізують чітку послідовність дій, спрямованих на забезпечення безперервності і стійкості процесу підвищення ефективності підприємства.

У відповідності з даним визначенням необхідно розглянути організаційні та методичні нововведення, що становлять основу загального механізму управління ефективністю підприємства, зокрема:

1) обрати базовий метод управління ефективністю, на основі якого формується механізм - бенчмаркінг; провести декомпозицію процесу управління ефективністю [1, с. 64];

2) обґрунтувати створення спеціалізованих організаційних структур, що забезпечують виконання важливих етапів управління ефективністю підприємства;

3) запропонувати систему оцінки ефективності підприємства, що відображає зовнішні і внутрішні аспекти діяльності підприємства в різних управлінських ситуаціях;

4) розробити модель (методику) мотивації персоналу, що забезпечує виконання важливої функції управління ефективністю;

5) запропонувати методики здійснення внутрішнього і зовнішнього бенчмаркінгу ефективності на підприємстві [2, с. 11];

6) сформувати загальний алгоритм, структурно - логічні моделі організаційного та загального механізму управління ефективністю підприємства.

В основі механізму повинні лежати три категорії: мотивація, аналіз і навчання. Перша - формується системою стимулювання та інструментами змагальності, що дозволяють забезпечити настрій персоналу на

досягнення цілей управління ефективністю підприємства через вироблення у нього стимулів до ефективної праці і бажання розвиватися за допомогою внутрішньофірмової конкуренції. Друга - за допомогою сучасних методів та інструментів оцінки ефективності (бенчмаркінгу) забезпечує оптимальний вибір напрямку вдосконалення підприємства в різноманітних аспектах його діяльності. Третя - спрямована на ліквідацію відставання персоналу (груп) і процесів підприємства від внутрішньофірмових і зовнішніх конкурентів, і полягає у вивченні та адаптації досвіду кращих представників (лідерів) у своїй галузі.

Керівництво підприємства є ядром цього механізму, основні функції якого полягають у:

1. організації та адаптації мотиваційної системи;
2. організації системи пошуку, обґрунтування та адаптації кращого досвіду і навчання персоналу (груп), які відстають;
3. створенні та забезпеченні внутрішньофірмових комунікацій та обміну інформацією між підрозділами підприємства і зовнішніми організаціями (ЗАБ і РАБ);
4. визначенні основних проблем («вузьких місць») на підприємстві та прийнятті управлінських рішень щодо їх усунення;
5. здійсненні контролю над виконанням ключових індикаторів ефективності та результатів реалізації управлінських рішень щодо підвищення ефективності виробництва.

Остання функція може бути реалізована за допомогою візуально - моніторингових програмних засобів і введення системи контролерів на підприємстві [3, с. 12].

Модель мотивації для системи управління ефективністю заснована на системах стимулювання і змагальності, зачіпає і створює стимули до ефективної праці у всіх працівників підприємства. Разом з тим, як показує практика, з метою формування прагнення перспективних працівників до здійснення керівництва та запобігання зловживань з боку керівників іноді необхідні додаткові стимули для підвищення результативності їх роботи. В якості таких можуть бути використані інструменти участі менеджерів у прибутках компанії, включення найбільш ефективних і перспективних з них до складу власників підприємства (партнерство) та інші методи мотивації керівників.

Важливим елементом успішної роботи механізму є навчання. Ініціатором навчання персоналу можуть виступати як керівництво підприємства, так і самі працівники, які бажають працювати більш ефективно.

Об'єктом навчання тут виступають кращі практики, тобто технології, процеси, операції, дії, виконання яких дозволить суб'єктам навчання (працівникам підрозділів - аутсайдерів) удосконалити свою роботу і істотно підняти її ефективність. Крім практичних навичок часто виникає необхідність у додаткових теоретичних знаннях, необхідних для освоєння нових практик. Тому навчання в даному механізмі є процесом, спрямованим на освоєння групами працівників комплексу теоретико - практичних знань, умінь і навичок, необхідних і достатніх для досягнення поставлених перед ними керівництвом підприємства цілей і завдань щодо підвищення ефективності виробництва.

Таким чином, запропонований механізм, маючи основною метою забезпечення безперервності процесу підвищення ефективності підприємства, вирішує наступні завдання:

6. вироблення у персоналу стимулів до ефективної праці і бажання розвиватися;
7. здійснення адекватної оцінки рівня ефективності підрозділів, процесів і підприємства в цілому;
8. забезпечення оптимального вибору напрямки вдосконалення підприємства в різних аспектах його діяльності;
9. ліквідація відставання персоналу (груп) і процесів підприємства від внутрішньофірмових і зовнішніх конкурентів шляхом вивчення та адаптації досвіду кращих представників (лідерів) у своїй області;
10. забезпечення інноваційного розвитку підприємств, що займають лідируюче положення у своїй галузі.

Запропонований механізм складається з ряду послідовних дій (про-процесів), циклічність виконання яких забезпечує безперервність процесу підвищення ефективності підприємства.

Кожна з таких дій (процесів, операцій) має конкретного виконавця (суб'єкта), наприклад, дія 1 (процеси контролю і оцінки показників ефективності) виконується контролерами або в автоматичному режимі зовнішніми моніторинговими програмними продуктами (ВМПП).

Короткий зміст процесів (операцій) запропонованого механізму викладено далі.

Контроль і оцінка показників ефективності. Для встановлення своїх основних проблем підприємство повинно вимірювати і контролювати основні індикатори ефективності процесів і підрозділів. Даний процес здійснюється за допомогою запропонованої системи оцінки ефективності та засобів контролю ефективності: на великому підприємстві з допомогою ВМПП, на невеликих підприємствах з використанням системи контролерів.

Між процесами має прийматися рішення по вибору виду бенчмаркінгу: внутрішнього чи зовнішнього.

Проведення трирівневого аналізу ефективності. Тут використовується відповідна методика. У ході даного аналізу оцінюються відносна ефективність підприємств галузі, виявляються найбільш ефективні

У разі позитивної відповіді і відсутності еталона всередині галузі механізм передбачає подальше здійснення міжнародного бенчмаркінгу ефективності. Якщо ж підприємство не лежить на галузевому кордоні ефективності, то механізм передбачає здійснення конкурентного бенчмаркінгу.

Проведення міжнародного бенчмаркінгу. Тут проводиться збір, систематизація та аналіз даних про діяльність кращих зарубіжних компаній, що працюють в тій же сфері (галузі), що і досліджуване підприємство. Результатом даного процесу є побудована міжнародний кордон ефективності. І якщо підприємство лежить на цьому кордоні, тобто потрапляє в число світових лідерів, то механізм передбачає перехід до проведення функціонального бенчмаркінгу.

За результатами проведення кожного з передбачених механізмів чотирьох видів бенчмаркінгу повинні бути

вироблені рекомендації для менеджменту підприємства або його окремих підрозділів щодо підвищення ефективності роботи. Такі рекомендації пов'язані з перейняття досвіду роботи кращих підрозділів підприємства, підприємств галузі, зарубіжних компаній і підприємств інших галузей.

Навчання. На основі вироблених рекомендацій керівництво підприємства приймає рішення щодо покращення різних аспектів своєї діяльності: процесів, операцій, технологій, організаційної структури тощо. Всі зміни, що здійснюються у зв'язку з цим, передбачають активну участь персоналу підприємства, якому для освоєння передового досвіду необхідно відповідне навчання.

Мотивація. За результатами бенчмаркінгу керівництвом встановлюються нові цілі і завдання для підприємства в цілому, окремих його підрозділів і працівників. Для спонукання працівників до досягнення цих цілей і виконання завдань механізму передбачається впровадження та використання моделі мотивації персоналу.

Кожен з процесів має вхідну інформацію з попереднього процесу і дає результат, необхідний для здійснення подальшого процесу в ланцюжку механізму, тим самим забезпечується причинно - наслідковий взаємозв'язок між основними складовими елементами процесу управління ефективністю підприємства - аналізом, навчанням (вдосконаленням), мотивацією, контролем та оцінкою. Виконання даних функцій управління в поєднанні з плануванням та організацією надають створеному механізму властивість цілісності і завершеності.

Управлінська функція планування в даному механізмі пов'язана з установленням завдань за результатами здійснення обраного виду бенчмаркінгу, які визначаються виявленими в ході аналізу резервами зниження витрат ресурсів і потенціалом зростання ефективності підприємства, його окремих процесів і підрозділів.

Функція організації в запропонованому механізмі полягає у створенні та функціонуванні ЗАБ, РАБ, команди з проведення внутрішнього бенчмаркінгу, системи контролерів або автоматизованої системи контролю. Дані організаційні одиниці нарівні з керівництвом підприємства є важливими елементами організаційної структури управління ефективністю підприємства, які завдяки запропонованим методичним розробкам забезпечують виконання ряду конкретних дій (процесів) в сукупності забезпечують виконання основного завдання розробленого механізму - забезпечення безперервності і стійкості процесу підвищення ефективності промислового підприємства.

У відповідності зі сформульованим нами визначенням пропонований організаційний механізм являє собою систему дій і взаємозв'язків організаційних структур (ЗАБ, РАБ, керівництва підприємства, команди з проведення внутрішнього бенчмаркінгу та систем оцінки і контролю ефективності), які в сукупності вирішують основне завдання - забезпечення безперервного і стійкого зростання ефективності підприємства.

Основним суб'єктом управління в даному механізмі виступає керівництво підприємства, яке, використовуючи можливості, які надаються ЗАБ, РАБ, внутрішнім бенчмаркінгом і системами оцінки, контролю та мотивації, здійснює управління ефективністю підприємства, впливаючи на внутрішні процеси, підрозділи і працівників, з метою забезпечення безперервного і стійкого зростання їх ефективності та ефективності діяльності підприємства в цілому. Організаційні та функціональні аспекти роботи ЗАБ, РАБ і команди з проведення внутрішнього бенчмаркінгу, а також організаційно - методичні аспекти організації роботи систем оцінки, контролю та мотивації викладені раніше [4, с. 113].

Для розкриття загального механізму керування не досить визначити організаційні аспекти його функціонування (організаційний механізм). Побудови простого організаційно - економічного механізму в даному дослідженні буде також недостатньо, оскільки, крім організаційної та економічної складової формований механізм повинен містити й мотиваційну складову, необхідну для якісного виконання прийнятих рішень і досягнення цілей щодо підвищення ефективності підприємства. Крім того, загальний механізм управління ефективністю підприємства повинен об'єднувати організаційні структури, інструменти, методики і методи керування, що реалізують чітку послідовність дій.

У зв'язку з цим нами була сформована структурно - логічна модель загального механізму управління ефективністю підприємства, яка об'єднує три основних складових: організаційний, економічний і мотиваційний механізми, а також всі інструменти, методи, моделі та методики, які приводять їх у дію.

Кожен з трьох приватних механізмів, що складають основу загального механізму, виконує важливі завдання і функції, необхідні для вирішення основного завдання управління ефективністю підприємства.

Організаційний механізм забезпечує функції організації та контролю: створення та організацію роботи ЗАБ і РАБ, команди по внутрішньому бенчмаркінгу, системи контролю ефективності.

Економічний механізм виконує функції аналізу і планування: оцінку та аналіз ефективності підприємства, встановлення нових цілей по ефективності і способів їх досягнення. Мотиваційний механізм реалізує функцію мотивації в управлінні ефективністю підприємства.

У методологічній основі сформованого механізму лежать методи внутрішнього, конкурентного, міжнародного та функціонального бенчмаркінгу, які об'єднуються методикою трирівневого аналізу ефективності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Сахарчук Е.И. Организационный механизм управления качеством подготовки специалистов в педвузе / Е.И. Сахарчук // Университетское управление. - 2014. - № 3. - С. 63-67.
2. Транченко Л.В. Організаційно- економічний механізм управління підприємств машинобудівної галузі: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01; Европейський ун-т. - К., 2005. - 22 с.
3. Мігай Н.Б. Організаційно-еко-номічний механізм підвищення ефективності використання науково- технічного потенціалу машинобудівних підприємств: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04; НАН України. Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. - Одеса, 2007. - 20 с.
4. Гончарук А.Г. Функционально-организационные аспекты управления эффективностью предприятия // Модели управления в рыночной экономике (Сб. науч. ст.). - Донецк: ДонНУ, 2007. - Вып. 10. - С. 113-123.

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Стаття присвячена особливостям кадрової політики в ринкових умовах. Дана економічна категорія розглядається на прикладі ТОВ «АНТ ЛТД». В статті наведені фактори, що впливають на кадрову політику в цілому. Перераховано чинники, що перешкоджають впровадженню кадрової політики, відповідної ринковим умовам функціонування. Проаналізовано спосіб побудови кадрової політики в умовах сучасної економічної кризи. Проведено аналіз складових елементів кадрової політики ТОВ «АНТ ЛТД» і вказано найбільш пріоритетні напрями сучасної політики управління людськими ресурсами на досліджуваному підприємстві.

В останні роки проблемам кадрової політики присвячено чимало наукових розробок, так як традиційні методи управління людськими ресурсами створюють механізм гальмування процесів розвитку кадрового потенціалу на підприємствах. Все більшої актуальності набуває таке поняття як кадрова політика підприємства, яка повинна відповідати ринковим умовам господарювання і сприяти адаптації персоналу до зміни характеру взаємин у процесі трудової діяльності. Важливим є правильний вибір кадрової політики на підприємстві тому, що ефективна діяльність всього підприємства в цілому, в першу чергу, залежить від організації праці та оптимізації механізму роботи з кадрами. У ринкових умовах успішність і конкурентоздатність підприємства багато в чому залежать від ефективності кадрової політики.

Метою статті є дослідження особливостей кадрової політики в ринкових умовах на прикладі ТОВ «АНТ ЛТД».

Значний внесок у розвиток методології формування кадрової політики підприємств внесли Л. Г. Войнаш, Л. В. Дробиш, В. В. Жильченкова, Е. Р. Лисогоря, В. П. Мартиненко, С. І. Пучкова, Р. В. Севастьянов та ін.

Кадровою політикою вважають діяльність по створенню трудового колективу, який найкращим чином сприяв би поєднанню цілей підприємства і його працівників. Багатьма дослідниками кадрова політика сприймається як генеральний напрям у кадровій роботі, тобто сукупність операцій набору, відбору, розташування, ротації, переміщення, оцінки та розвитку персоналу підприємства [1, с. 287].

Зміст кадрової політики полягає у забезпеченні організації робочою силою високої якості, включаючи планування, відбір і наймання, вивільнення (вихід на пенсію, звільнення), аналіз плінності кадрів та інше; розвиток працівників, профорієнтація і перепідготовка, проведення атестацій і оцінки рівня кваліфікації, організація просування по службі; вдосконалення організації і стимулювання праці, забезпечення техніки безпеки, соціальні виплати.

Кадрова політика в залежить від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації:

– до факторів зовнішнього середовища слід віднести наступні: нормативні законодавчі обмеження; ситуація на ринку праці, нестабільність національної економіки, рівень безробіття, політично-економічна ситуація в країні;

– до факторів внутрішнього середовища належать: стиль управління організацією, умови праці, якісний склад трудового колективу та стратегія розвитку підприємства, реалізація якої потребує використання рівня професіоналізму персоналу підприємства [2].

В умовах кризи кадрова політика вимушено трансформується. Особливості її реалізації пов'язані з обмеженістю фінансових коштів; неминучістю організаційних заходів, пов'язаних із зменшенням низки програм соціального розвитку та скороченням чисельності персоналу; підвищеною соціально-психологічною напруженістю в колективі. Складна економічна ситуація вимагає, з одного боку, відмовлятися від використання великої кількості працівників, значно зменшуючи таким чином фонд заробітної платні та всі витрати, пов'язані із утриманням великого штату, проте, з іншого боку, сучасні технологічні та маркетингові умови економічної конкуренції вимагають не лише зберігати власні людські ресурси, але й розвивати та вдосконалювати їх можливості, адже гнучкість та інноваційність розвитку підприємства визначається здатністю його колективу до найшвидшого пристосування до нових умов ведення бізнесу.

Сучасний підхід до кадрової політики – це створення системи управління кадрами, що базується в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами організації в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні організацією найкращих економічних результатів [3].

Для повного аналізу кадрової політики будь-якого підприємства необхідно виділити критерії оцінки: кількісний та якісний склад персоналу, рівень плінності кадрів, гнучкість проведеної політики та ступінь врахування інтересів працівника / виробництва і т. ін. Тобто, кадрова політика повинна бути спрямована на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалася на отримання не лише економічного, але й соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства.

Підставою для внесення істотних змін у кадрову політику може бути і наявність:

- пасивності і байдужості персоналу до виконуваної роботи;
- надмірна централізація управлінських функцій, що знижує ефективність процесу управління;
- небажання здібних і компетентних працівників займати керівні посади на підприємстві;
- постійних і необґрунтованих протестів з боку персоналу проти будь-яких нововведень;
- погіршення показників ефективності та якості трудової діяльності, тобто появу негативних тенденцій у сфері управління персоналом [4, с. 39].

Суттєвими чинниками, що перешкоджають впровадженню кадрової політики, відповідної ринковим умовам функціонування, можуть бути:

- невідповідність співробітників усіх рівнів до роботи в нових умовах;
- втрата інтересу до новаторської роботи, викликана відсутністю справедливої оцінки трудового вкладу та обмеженням ініціативи;

- відсутність достовірної інформації та взаєморозуміння і довіри «верхів» і «низів»;
- відсутність відповідної теоретичної та методичної бази [5].

В умовах сучасної економічної кризи підприємства будують свою кадрову політику в такий спосіб:

- звільняють велику частину персоналу, розраховуючи, що коли виникне потреба в робітників, вони наберуть нових;
- нікого не звільняють по скороченню штатів, але і не стримують звільнення за власним бажанням (навіть сприяють цьому), виплачуючи працівникові досить низьку заробітну плату) у розрахунок на те, що через визначений час чисельність прийде у відповідність з дійсною потребою (політика невтручання);
- ретельно зберігають найбільш кваліфіковану і мобільну економічно активну частину персоналу (свого роду золотий фонд робочої сили). Що стосується менш кваліфікованої частини робітників, набір яких на ринку праці в короткий термін не представить праці, то їх звільняють;
- значну частину робочої сили не звільняють, а задіють до «кращих часів» на малих підприємствах, створених на базі основного для випуску продукції, часто невласливої основному профілеві;
- звільняють лише незначну частину персоналу (і те за власним бажанням), широко використовуються режими неповної зайнятості, регулювання річної норми робочого часу, зайнятості працівників на невласливих роботах [6].

Використовуються й інші варіанти. Важливо, щоб усі вони враховували умови виробництва й інтереси колективу працівників.

Об'єктом нашого дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «АНТ ЛТД». ТОВ «АНТ ЛТД» було засноване у 1993 році. Основна діяльність досліджуваного підприємства – поліграфічне виробництво. Також підприємство торгує: поліграфічними матеріалами, папером та картоном, що використовується у поліграфічній промисловості. Форма власності – колективна. Засновники – фізичні особи. Управління товариством здійснюють збори засновників товариства, які обирають директора. Статутний фонд становить 1608 тис. грн. Площа власних виробничих приміщень, на якій підприємство здійснює свою діяльність становить 810 м².

Кадрова політика ТОВ «АНТ ЛТД» поділяється на такі складові її елементи: зайнятості, навчання, оплати праці, трудових відносин, добробуту і направлена на:

- залучення кваліфікованого персоналу і створення привабливих умов праці;
- формування колективу професіоналів, здатного забезпечити максимальний рівень якості обслуговування, впровадження інноваційних технологій і послуг, покращення фінансових результатів компанії;
- вдосконалення структури компанії, якісне управління та забезпечення підрозділів висококваліфікованим персоналом у необхідній кількості;
- велика увага в компанії приділяється питанням навчання та підвищення кваліфікації персоналу;
- висока якість послуг компанії, збереження її лідируючих позицій залежить від рівня мотивації персоналу, тому вона належним чином оцінює визначні досягнення своїх фахівців.

Неефективність кадрової політики в ТОВ «АНТ ЛТД» обумовлена наступними чинниками:

- недосконалість структури відділу кадрів;
- відсутність чітко сформульованих вимог, що пред'являються до кандидатів на вакантну посаду;
- обмеженість методики відбору, використання однотипних форм і методів;
- відсутність преміальної системи оплати праці.

На сьогоднішній день кадрова політика ТОВ «АНТ ЛТД» націлена на вирішення принципово нових, глобальних, довгострокових задач, підвищення економічної і соціальної ефективності роботи організації, підтримку її рівноваги з зовнішнім соціальним середовищем. Реалізація кадрової політики на підприємстві передбачає розробку кадрових програм, постійний аналіз кадрової ситуації, коригування кадрової роботи відповідно до змін зовнішнього середовища.

В нових умовах кадрова політика спрямована на формування такої системи роботи з кадрами, що орієнтувалася б на одержання не тільки економічного, але й соціального ефекту за умови дотримання чинного законодавства, нормативних актів та урядових рішень.

Кадрова політика в умовах кризи буде ефективною за таких умов:

- підвищення престижу та іміджу;
- аналіз перспектив кадрового потенціалу;
- врахування взаємозалежності елементів організаційної структури підприємства при скороченні, а також стимулювання нової організаційної структури;
- виявлення і просування по службі працівників, які мають лідерські якості;
- проведення політики підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації працівників;
- збереження кадрового ядра підприємства;
- найм перспективних працівників зі сторони [6].

Тому кадрова політика на досліджуваному підприємстві може здійснюватись за такими напрямками: розробка єдиних принципів стратегічного управління і розвитку персоналу; визначення основних вимог до персоналу з урахуванням прогнозу внутрішньої і зовнішньої ситуації і перспектив розвитку організації; дослідження і впровадження нових методів і систем підготовки і перепідготовки персоналу, його просування; облік кадрової роботи на всіх рівнях стратегічного планування організації; розробка і застосування економічних стимулів і соціальних гарантій; мотивація високопродуктивної праці і винагорода персоналу; проведення наукових досліджень і розробка нормативних методичних матеріалів по управлінню кадрами; визначення концепції оплати праці, матеріального і морального стимулювання працівників у світлі наміченої стратегії бізнесу; вибір шляхів залучення, використання, збереження і вивільнення кадрів; розробка кадрових технологій і процедур, формування нових кадрових структур; стимулювання дострокового виходу на пенсію осіб, які не відповідають

вимогам, що змінилися, і не здатних освоїти нові напрями і методи роботи; поліпшення морально-психологічного клімату в колективі, залучення рядових працівників до участі в управлінні організацією, розвиток психологічних, творчих і особових характеристик персоналу [7].

Найбільш пріоритетними напрямками сучасної кадрової політики ТОВ «АНТ ЛТД» можуть слугувати: використання якісного кадрового аудиту для розроблення і реалізації кадрової стратегії і стратегії організаційного розвитку взагалі; підвищення ефективності системи добору кадрів; створення гнучкої системи мотивації персоналу; розвиток системи перепідготовки і навчання кадрів та ін.

Таким чином, кадрова політика на підприємстві ТОВ «АНТ ЛТД» буде ефективною за таких умов: відповідності законодавству України, відповідності стратегії розвитку підприємства, збалансуванню інтересів працівників ТОВ «АНТ ЛТД», швидкого пристосування до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі, також кадрова політика повинна бути простою для сприйняття, безконфліктною і такою, що сприятиме підвищенню іміджу підприємства.

Кадрова політика підприємства – це цілісна кадрова стратегія, що поєднує різні форми кадрової роботи, стиль її проведення в організації та плани з використання робочої сили. Вона є складовою частиною всієї управлінської і виробничої політики організації, має на меті створити згуртовану, відповідальну, високорозвинену і високопродуктивну робочу силу. За останні роки кадрова політика зазнала серйозних змін. Лише грамотна і продумана кадрова політика може сприяти забезпеченню всіх ділянок виробництва необхідною робочою силою та створенню мотивації працівника на високопродуктивну, ефективну роботу. Кадрова політика повинна збільшувати можливості підприємства, реагувати на змінюються, технології і ринку в найближчому майбутньому.

Особливістю кадрової політики на ТОВ «АНТ ЛТД» є основні напрямки, форми, методи та критерії роботи з персоналом, спрямовані на підвищення ефективності його використання і діяльності підприємства в цілому. Вона розробляється власником підприємства, Він визначає генеральний напрям і засади роботи з кадрами, загальні і специфічні вимоги до них. Кадрова політика повинна визначати генеральний напрям і основи роботи з кадрами, загальні і специфічні вимоги до них. Кадрова політика ТОВ «АНТ ЛТД» значно розширює сферу власного впливу, оскільки зростання ролі персоналу підприємства супроводжується також і необхідністю формування його відповідних кваліфікаційних характеристик у майбутньому, що вимагає використання нових підходів до формування та реалізації заходів кадрової політики. Кадрова політика повинна збільшувати можливості підприємства ТОВ «АНТ ЛТД», реагувати на вимоги технології і ринку, що змінюються. Удосконалення методів і механізмів формування ефективної кадрової політики підприємства забезпечить йому стійкі конкурентні позиції на ринку.

Список використаних джерел:

1. Войнаш Л. Г. Кадрова політика підприємства в сучасних умовах розвитку національної економіки / Л. Г. Войнаш // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 1 (10). – С. 38-42.
2. Мартиненко В. П. Кадрова політика, як інструмент управління кадровим потенціалом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2900>
3. Дробиш Л. В. Теоретичні аспекти формування та реалізації кадрової політики на підприємствах у сучасних умовах / Л. В. Дробиш // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 3 (59). – 2013. – С. 287-291
4. Жильченкова В. В. Актуальные проблемы формирования и реализации кадровой политики на предприятии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1432>
5. Лисогора Е.Р. Особливості кадрової політики підприємства в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom2/38_Lysogorya.htm
6. Пучкова С.І. Проблеми кадрової політики підприємств в умовах ринкової трансформації економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2830/1.pdf>
7. Севастьянов Р.В. Кадрова політика підприємства та напрями її вдосконалення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_5_177.pdf

Анастасія Власова, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф,
Наук. кер. – Бутирська І.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КРИЗОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Стаття присвячена дослідженню кризового стану підприємства як об'єкту управління в системі антикризового менеджменту. Певну увагу було зосереджено на сутності та причинах кризових ситуацій на підприємстві. Виокремлено шість фаз, через які проходить підприємство, що потрапило у кризову ситуацію. Безумовно, що для виходу підприємства з кризи необхідно вирішити певну частину завдань, які також були розглянуті під час написання статті. Набір антикризових заходів завжди індивідуальні для діяльності кожного підприємства, не існує універсальних процедур і точних схем, які безвідмовно діють на всіх без винятку підприємствах. Такі схеми повинні розроблятися на підприємстві з урахуванням його галузевої приналежності, стадії життєвого циклу, розмірів, організаційної форми, стадії кризового процесу, особливостей управління та обліку.

В умовах мінливості зовнішнього середовища українських підприємств, що пов'язана з наростанням кризових тенденцій в економіці країни, нестабільністю валютного курсу, посиленням інфляційних процесів, зміною податкового законодавства, зниженням потоку інвестицій в економіку України і т. д. на перший план виходять питання, пов'язані з удосконаленням системи фінансового управління суб'єктами господарювання. Одним з таких актуальних напрямків є підвищення стійкості фінансово-господарської діяльності підприємств до різного роду зовнішніх і внутрішніх чинників шляхом створення системи управління кризовими ситуаціями.

Проблемами управління кризовими ситуаціями займалися багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Досить потужну теоретико-методологічну базу з управління кризовими ситуаціями на підприємстві створили такі вчені-економісти: Хіт Р., Юн Г. Б., Уткін Е. А., Тал Г. К., Крутик А. Б., Фомін Я. А., Курошева Г. М., Василенко В. О., Антонова М. П., Коротков Е. М., Бланк І. О., Чернявський А. Д. та інші.

Окремими питаннями дослідження є особливості кризового стану і методи його оцінки; фактори кризових процесів на підприємстві; обґрунтування концепції стратегічної програми в антикризовому управлінні; дослідження показників конкурентоспроможності як індикатора кризового стану промислових підприємств; діагностика кризового стану підприємства як оцінка масштабності кризи. Цим питанням присвятили свої праці Ю. М. Великий, О. Ю. Проскура, О. М. Галенко, Т. Гринько, О. С. Дубинська, І. Іртишева, С. Мінакова, С. Павловський, Л. С. Ситник, Н. В. Сичова, Н. М. Тюріна, Н. С. Каравацка, Н. П. Фокіна та інші. Однак слід зазначити, що в існуючих наукових розробках з питань управління кризовими ситуаціями більше уваги приділяється особливостям функціонування підприємства під час настання кризи і виходу з нього. Але у свою чергу ряду питань, пов'язаних з попередженням кризи на підприємстві, не приділяється належної уваги.

Таким чином, актуальність даної проблеми та недостатнє опрацювання окремих її аспектів зумовили необхідність формування комплексного підходу до попередження кризових ситуацій на підприємстві. У зв'язку з цим, метою статті є дослідження кризового стану підприємства як об'єкту управління в системі антикризового менеджменту.

Кризові ситуації на підприємстві насамперед виражаються в коливаннях обсягу виробництва і збуту продукції, зростання кредиторської заборгованості по розрахунках з поставачальниками, банками, податковими органами, в дефіциті оборотних коштів і т.п., так як саме ці причини є передумовою появи стану неплатоспроможності підприємства. До банкрутства підприємства проходять ряд стадій стану від епізодичної (тимчасової) нездатності виконувати в повному обсязі і своєчасно свої зобов'язання до тривалої, від тривалої до хронічної нездатності, від хронічної до кризового і безнадійного стану, тобто повного фінансового банкрутства [2, с. 5].

Розглядаючи різні види криз підприємств, дослідники найбільше приділяють увагу фінансовій кризі підприємств, адже фінансові потоки - забезпечують життєдіяльність всіх підрозділів.

У провідних країнах світу підприємства при визнанні їх неплатоспроможними потрапляють в «чорний список» реєстр неплатоспроможних підприємств та їх власників з усіма наслідками: падінням репутації, втратою партнерів, неможливістю отримувати кредити і відстрочки по оплаті поставок і т.д. З недовірою також ставляться і до власників таких підприємств, які починають новий бізнес [6, с. 36].

Зрештою ці кризи між собою досить тісно пов'язані і, як правило, відображаються на фінансах організації.

Також для визначення можливого розвитку і подолання криз в організації необхідно розглянути шість фаз:

- 1 фаза - спад (зниження показників, що характеризують результати фінансово-господарської діяльності) через зовнішні фактори ринку.
- 2 фаза - подальше погіршення результатів діяльності під впливом внутрішніх причин в організації (без погіршення зовнішніх умов на ринку).
- 3 фаза - депресія пристосування організації до нових умов господарювання на більш низькому рівні доходів (за умови прийняття першочергових антикризових заходів).
- 4 фаза - відновлення фінансової рівноваги, погашення виробництва - відновлення виробництва і реалізації продукції до передкризового рівня.
- 5 фаза - зростання виробництва, прискорення економічного розвитку організації, збільшення обсягів продажів і реалізації в короткостроковій перспективі.
- 6 фаза - підтримка нового економічного рівня розвитку підприємства, його стійкості в тривалій перспективі, створення умов для самофінансування, реакція, коли один виниклу кризу викликає інший, а потім третій і т.д. [1, с. 32].

Небезпека виникнення кризи в організації існує завжди, тому необхідно здійснювати аналіз і на його основі постійний контроль з метою розпізнавання, прогнозування і попередження кризових ситуацій.

Внутрішніми причинами виникнення кризи в організації можуть бути виниклі диспропорції і порушення рівноваги між:

- окремими групами власних і позикових коштів і їх розміщенням в основні й оборотні кошти;
- обсягом виробництва і обсягом реалізованої продукції;
- обсягом реалізації продукції та сумою грошової виручки;
- доходами та обсягами короткострокових позик;
- якістю продукції і її ціною на ринку;
- ціною продукції та її ціною на ринку;
- рівнем технічного оснащення аналізованого підприємства і його конкурентів;
- дебіторською та кредиторською заборгованостями;
- обсягами інвестицій і доходами по ним [10, с. 50].

Кризи можуть викликати одна іншу або може виникати ланцюгова реакція. При настанні кризових ситуацій необхідно мати резерви для їх подолання, а також володіти системою управління для здійснення діяльності підприємства в умовах кризи, що настала.

Результати настання кризи можуть бути різними.

Правильно організований менеджмент може послабити вплив кризи і добитися відновлення життєздатності підприємства з метою його збереження. Може статися оновлення підприємства при збереженні власників і керівників або реструктуризації підприємства (злиття, поділ, приєднання, виділення). За інших умов криза може призвести до повної ліквідації підприємства або до зміни власника і перебудові процесу функціонування підприємства [4, с. 106].

Проте слід мати на увазі, що криза на підприємстві не обов'язково призводить до негативних наслідків.

У результаті настання кризи на підприємстві можна їх класифікувати на негативні і позитивні можливі наслідки.

У будь-якому підприємстві є небезпека появи кризової ситуації, навіть коли криза близько не спостерігається, оскільки діяльність підприємства (у виробничій, фінансовій, інвестиційній сферах) завжди пов'язана з ризиками (підприємницькими, фінансовими, процентними, економічними, політичними і т.п.). Це визначається тим, що підприємство існує в соціально-економічній системі, яка розвивається циклічно, по спіралі, бо змінюються люди і їхні потреби, інтереси суспільства, техніки і технологій, з'являються нові продукти.

Виходячи з цього прояву кризові ситуації на підприємстві вимагають прийняття керівництвом (власниками) радикальних заходів, щоб зберегти себе на ринку, тому що в іншому випадку підприємство чекає ліквідація.

Виходячи з сутності проблеми, виникає необхідність побудови моделі, що покликана вирішити можливості визначення кризового стану підприємства відповідного життєвому циклу підприємства та вирішенню наступних завдань:

- відображення параметрів стану підприємства, відповідних кризовим;
- фіксація істотних ознак кризовості економіки підприємства;
- виділення двох структурних форм кризовості економіки підприємства;
- аналіз модельованих процесів в режимах ситуації та стану [8, с. 109].

Вирішення даного комплексу завдань дозволяє виділити найважливіші ознаки та зміни модельованого об'єкта, абстрагуватися від явищ фонового характеру, вивчити структуру і тенденції розвитку предметної властивості об'єкта і позначити попередні варіанти рішень з управління об'єктом у кризовому стані.

Кризову ситуацію в економіці можна охарактеризувати як обмежений у часі процес інтенсивного зміни (погіршення) відтворювальної функції господарюючого суб'єкта.

Кризова ситуація може виражатися наступними ознаками:

- раптовістю і інтенсивністю дії факторних детермінант, що обумовлюють конкретну форму розвитку кризового явища;

- темпоральність зниження прибутковості підприємства;

- обмеженням часовим діапазоном існування кризової ситуації [7, с. 59].

Виникнення кризової ситуації в результаті впливу держави та її інститутів може відбутися в цілому ряді випадків, наприклад при значній зміні ставок оподаткування чи запровадження нового податку, акцизу, митного збору.

На відміну від кризової ситуації кризовий стан характеризується наступними ознаками: більш тривалим періодом розвитку, більш передбачуваним, хоча й важко визначеною дією факторів кризовості, уповільненням темпів зростання відновлювальних параметрів підприємства аж до їх припинення. Отже, очевидно, не тільки часовий параметр, але і ряд додаткових ознак категорично відокремлюють кризову ситуацію від кризового стану. У даному випадку спостерігається поділ синтетичної категорії «кризовості» як властивості виробничої системи на дві відокремлені частини, впорядковані в певних межах [5, с. 39].

Отже, на основі цих положень кризовий стан підприємства можна охарактеризувати як процес з економічно пригнобленою відтворювальною функцією суб'єкта господарювання, критичний період існування якого визначається чинними законодавчими актами.

Розвиток кризового стану в тривалому періоді представляє початок цього процесу в короткому періоді, закінчення якого характеризується новою зміною умов. Іншими словами, тривалий період розвитку кризового стану може бути розкладений на ряд коротких періодів з виділенням локальних причин кризи, що при розрахунках дозволяє використовувати алгоритми і показники, характерні для короткого періоду [3, с. 51].

Набір антикризових заходів завжди індивідуальний для діяльності кожного підприємства, не існує універсальних процедур і точних схем, які безвідмовно діють на всіх без винятку підприємствах. Такі схеми повинні розроблятися на підприємстві з урахуванням його галузевої належності, стадії життєвого циклу, розмірів, організаційної форми, стадії кризового процесу, особливостей управління та обліку [5, с. 40].

Деталізований за стадіями кризового процесу алгоритм розробки антикризових заходів, включає в себе наступні блоки: блок розпізнавання стадій кризового процесу; блок вибору антикризової стратегії відповідно до стадії кризи; блок вироблення відповідних їм антикризових заходів; блок оцінки реалізованої стратегії.

На першому етапі відбувається збір, аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище діяльності підприємства, а також діагностика стадії кризового процесу, яка починається після загальної діагностики фінансово-економічного стану підприємства. Якщо в процесі аналізу були виявлені відхилення в діяльності підприємства, це говорить про те, що криза вже має місце, тоді визначається стадія кризового процесу. Якщо відхилень у діяльності підприємства не виявлено, проводиться діагностика латентної кризи. Головне завдання на даному етапі - виявлення напрямків діяльності або груп показників, де зареєстровані криза і локалізація цієї кризи [7, с. 57].

На другому етапі відбувається вибір методів і напрямків по боротьбі з кризою. У даному випадку для потенційної кризи і латентної кризи необхідні: усунення факторів, що вплинули на появу несприятливих тенденцій та розробка заходів щодо коригування стратегії розвитку. При гострій кризі необхідно повне використання внутрішніх резервів фінансово-економічної та виробничої стабілізації підприємства. При цьому потрібний ґрунтовний перегляд стратегії підприємства, його місії, цілей і завдань або розробка нової стратегії розвитку, яка вимагає революційних рішень. Надалі, успішні заходи з подолання кризи поповнюють банк антикризових заходів підприємства, які можуть бути використані згодом при розробці заходів по боротьбі з кризою в подібних ситуаціях.

Антикризові заходи формуються у вигляді конкретних завдань, які є необхідними, і здійсненнями в даний момент. Головні принципи, які повинні дотримуватися при розробці антикризових заходів: реалістичність, обмеженість у часі і раціональність (витрати на вирішення проблеми не повинні перевищувати отриманого в

результаті їх проведення ефекту).

Прикладами стабілізаційних заходів при виявленні симптомів кризи можуть служити наступні заходи:

- оптимізація кредитної політики підприємства;
- впорядкування системи розрахунків підприємства з прямими кредиторами, постачальниками матеріалів, обладнання, покупцями, персоналом;
- оптимізація структури капіталу;
- вдосконалення системи фінансового планування;
- підвищення швидкості обігу оборотного капіталу;
- підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, що випускається;
- підвищення ефективності маркетингу;
- зниження ступеня комерційного ризику;
- підвищення частки прибутку від реалізації продукції у виручці від реалізації підприємства;
- підвищення ефективності використання трудових ресурсів підприємства і рівня продуктивності їхньої праці.

– зниження частки застарілого виробничого обладнання;

– підвищення інвестиційної активності за рахунок налагодження або підвищення ефективності політики підприємства відносно вкладень, спрямованих на модифікацію та удосконалення власності, а також на фінансові вкладення в інші підприємства [3, с. 53].

В умовах гострої або хронічної кризи необхідно застосовувати більш радикальні заходи. Такі заходи включають в себе:

1. Інноваційне реформування, яке є одним з елементів випереджаючого антикризового управління. До заходів інноваційного реформування відносяться заходи по вивільненню коштів для удосконалення виробництва і реалізації продукції.

2. Модернізація або зупинка нерентабельних або низькорентабельних другорядних виробництв, а при необхідності перепрофілювання виробничої діяльності у разі його неконкурентоспроможності.

3. Реалізація наднормативних запасів товарно-матеріальних цінностей. Це дозволить підприємству вивільнити частину оборотних активів, підвищити їх ліквідність і спрямувати вивільнені активи на реалізацію антикризових проектів і програм.

4. Реалізація об'єктів невиробничої сфери також може бути використана на підприємстві для вивільнення коштів, скорочення витрат і підвищення ефективності використання основних активів [1, с. 32].

Після підготовки плану тактичних заходів з подолання кризи постає завдання щодо їх впровадження. Для цього створюється відповідний підрозділ, який буде здійснювати, координувати і контролювати процес стабілізації діяльності підприємства, визначати заходи і необхідні для їх реалізації ресурси.

Після того, як розроблений план антикризових заходів буде реалізований, проводиться оцінка ефективності реалізації плану. Про ефективність впроваджених заходів можна судити за двома основними критеріями: наскільки досягнута мета антикризової програми; наскільки отриманий результат відповідає витраченому на впровадження антикризових заходів ресурсам.

Якщо заходи з подолання кризи виявилися неефективними і криза продовжує розвиватися або отриманий недостатній ефект від проведених заходів, підприємство змушене повертатися до відправної точки пошуку причин і розробки нової стратегії виходу з кризи.

Підводячи підсумок, важливо підкреслити, що антикризове управління повинно бути ефективним. Для цього важливо займатися різними сторонами процесу, а саме раціонально управляти: активами (пасивами) підприємства; етапами бізнес-процесу (збут, виробництво, постачання, облік); програмами захисту майна і безпеки бізнесу; кадрами (включаючи питання формування кадрової політики, соціальні питання, відносини з профспілками); системою побудови відносин із акціонерами, партнерами, органами державної влади; програмами інформаційної підтримки (включаючи доведення до колективу інформації про плани, методи та принципи управління).

Список використаних джерел

1. Великий Ю. М. Особливості кризового стану вітчизняних підприємств і методів його оцінки / Ю. М. Великий, О. Ю. Проскура // Фінанси України. - 2002. - № 10. - С. 29-35
2. Галенко О. М. Фактори кризових процесів на підприємстві / О. М. Галенко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2008. - № 5. - С. 3-7
3. Гринько Т. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві / Т. Гринько // Економіст. - 2013. - № 8. - С. 51-54
4. Дубинська О. С. Сутність і особливості поняття "криза" в організаційно-виробничій сфері підприємства / О. С. Дубинська // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 4. - С. 102-109
5. Іртищева І. Обґрунтування концепції стратегічної програми в антикризовому управлінні / І. Іртищева, С. Мінакова // Економіст. - 2014. - № 11. - С. 38-41
6. Павловський С. Фінансовий моніторинг кризового стану підприємства / С. Павловський // Ринок цінних паперів. Вісник Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. - 2004. - № 11. - С. 35-41
7. Ситник Л. С. Економічний механізм формування кризового стану підприємства / Л. С. Ситник // Регіональна економіка. - 2014. - № 1. - С. 53-63
8. Сичова Н. В. Діагностика кризового стану підприємства як оцінка масштабності кризи / Н. В. Сичова // Молодий вчений. - 2011. - № 9. - С. 108-111.
9. Тюріна Н. М. Антикризове управління : навчальний посібник / Н. М. Тюріна, Н. С. Каравацка, І. В. Грабовська. - К. : ЦУЛ, 2012. - 448 с.
10. Фокіна Н. П. Показники конкурентоспроможності як індикатори кризового стану промислових підприємств / Н. П. Фокіна // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - № 3. - С. 49-51.

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті розкривається основні шляхи оптимізації складу та структури оборотних активів підприємства в сучасних умовах економічної діяльності в Україні. Наведено різні точки зору вітчизняних науковців стосовно методів оптимізації ефективності управління оборотними активами підприємства подано власне бачення даного процесу.

У роботі досліджено різноманітні підходи для оптимізації складу та структури оборотних активів підприємства, а також проаналізовано принципи управління ними. Надано перелік власних принципів, які на нашу думку є доцільними.

За результатами проведеного дослідження були розкриті основні шляхи оптимізації складу та структури оборотних активів підприємства.

Оптимізація обсягу та структури оборотних активів – це актуальна, складна і досить суперечлива проблема як виробничого, так і фінансового менеджменту. Структура і предметно-речовий склад, головні компоненти оборотних активів (виробничі запаси, дебіторська заборгованість, грошові кошти та їх еквіваленти, оптимізація управління вкладеннями в ці активи) – вимагають різного підходу в системі управління, оскільки вони становлять істотну частку активів підприємства в цілому і значною мірою визначають прибутковість, рентабельність, ефективність і конкурентоспроможність сучасного підприємства. Тому пошук шляхів оптимізації структури оборотних активів становить важливу частину операцій фінансового менеджменту.

Теорія і практика управління активами сучасного підприємства представлена в роботах таких вчених: Бланк І.О., Мазаракі А.А., Бондаренко О.С., Бочаров В.В., Ковальчука Н.О., Ковальов В.В., Баканов М.М., Ізмайлова К.В., Ковалев М.Я., Мних Є.В. В наукових публікаціях вчених наводяться різні підходи щодо визначення основних напрямків оптимізації складу та структури оборотних активів підприємства, запропоновані основні методичні підходи щодо їх впровадження, а також наводяться особливості їх застосування відповідно до специфіки господарського суб'єкта. Варто зауважити, що велика кількість питань як теоретичного, так і прикладного аналізу залишається дискусійною, зокрема відсутній єдиний підхід до визначення основних шляхів оптимізації структури оборотних активів, а також до здійснення заходів на підприємстві щодо оптимізації окремих складових оборотних активів.

Метою даної статті є пошук шляхів оптимізації складу та структури активів підприємства.

Насамперед наведемо найбільш поширені визначення понять «активи» та «оптимізація активів». На думку Ковальчука Н.О. «активи являють собою економічні ресурси підприємства у різних видах, які використовуються в процесі здійснення господарської діяльності. Вони формуються для конкретних цілей здійснення цієї діяльності у відповідності до місії та стратегії економічного розвитку підприємства і у формі сукупних майнових цінностей характеризують основу його економічного потенціалу». Активи підприємства повинні відповідати функціональній направленості та обсягам діяльності виробничого підприємства. Тільки при такій відповідності вони представляють для підприємства певну цінність, як його економічні ресурси, що призначені для використання у наступному періоді.

Бланк І.О., Бондаренко О.С., Бочаров В.В., Ковальов В.В., Крушельницька О.В., Суторміна В.М., Шеремет А.Д., Ізмайлова Н.В. виділяють фактори зовнішнього середовища, які впливають на стан та структуру оборотних активів: законодавча база, рівень конкуренції в галузі, макроекономічне середовище, включаючи інфляцію, рівень облікової ставки НБУ, кредитні ставки, стан в галузі, пропозиції сировини та матеріалів галузей економіки, попиту на продукцію галузей економіки. До факторів внутрішнього середовища, що впливають на стан та структуру активів, відносяться: інтереси власників, професійна здатність персоналу, стадія життєвого циклу підприємства; технологія виробництва, конкурентоспроможність підприємства, облікова політика, збутова політика, організаційна культура [3].

Оптимізація активів підприємства – діяльність комерційної організації з прибуткового (з мінімальним ризиком) розміщення власних і залучених коштів для отримання найвигодніших результатів діяльності.

Оптимізація оборотних активів підприємства складається з оптимізації управління: поточними активами, управління оборотними засобами, перетворення ліквідних активів у фактори виробництва, управління фіксованими активами (основними засобами), управління нематеріальними активами [4, с.91].

Головна мета системи оптимізації активів – досягти найвищих кінцевих результатів при раціональному використанні всіх видів активів.

Основними завданнями оптимізації оборотних активів підприємства є:

1) ефективне використання оборотного капіталу. Будь-які фонди, що не використовувалися для потреб оборотного капіталу, можуть бути спрямовані на оплату пасивів. Крім того, вони можуть використовуватися для придбання основного капіталу або виплачені у вигляді доходів власникам. Один із способів економії оборотного капіталу полягає в удосконаленні управління матеріально-технічними ресурсами (запасами) за допомогою:

- планування закупівель необхідних матеріалів;
- введення жорстких виробничих систем;
- використання сучасних складів;
- вдосконалення прогнозування попиту;
- швидкої доставки.

2) скорочення потреби в оборотному капіталі складається в зменшенні рахунків дебіторів шляхом жорсткості кредитною політики, в оцінці непотрібних фондів, які могли б бути використані для інших цілей, в оцінці рахунків, що потребують оплати.

3) скорочення витрат оборотного капіталу полягає в кращому використанні готівки. По банківських рахунках, на яких фірми тримають свої ліквідні активи, відсоток не сплачується. Однак інші ліквідні активи

(короткострокові державні цінні папери, депозитні сертифікати, різновид одноразової позики) приносять дохід у вигляді відсотків.

На ефективність оптимізації оборотних активів підприємства значною мірою впливає тривалість операційного циклу. Операційний цикл підприємства має такі стадії. На першій стадії грошові активи (включаючи їх еквіваленти у формі короткострокових фінансових інвестицій) використовуються для придбання сировини та матеріалів, тобто вхідних запасів матеріальних оборотних активів.

На другій стадії вхідні запаси матеріальних оборотних активів у результаті безпосередньої виробничої діяльності перетворюються в запаси готової продукції.

На третій стадії запаси готової продукції реалізуються споживачам і до настання їх оплати перетворюються в поточну дебіторську заборгованість.

На четвертій стадії інкасована (тобто оплачена) поточна дебіторська заборгованість знову перетворюється в грошові активи [7, с. 205].

Найважливішою характеристикою операційного циклу, що істотно впливає на обсяг, структуру та ефективність використання оборотних активів, є його тривалість. Вона включає період часу від моменту витрачання підприємством грошових коштів на придбання вхідних запасів матеріальних оборотних активів до надходження грошей від дебіторів за реалізовану їм продукцію.

Оптимізація складу та структури оборотних активів проводиться за рахунок оптимізації обсягу запасів, дебіторської заборгованості та грошових коштів.

Формування на підприємстві оптимального обсягу запасів товарно-матеріальних цінностей для підтримки безперервності виробничого процесу і негайного задоволення продукцією споживачів по всьому ланцюгу поставок на сьогоднішній день є однією з важко вирішуваних логістичних завдань управління. Управління запасами полягає в обґрунтованому встановленні моментів і обсягів замовлення на їх заповнення і розподілі новоприбулою партії замовленої продукції (сировини, матеріалів). Широко відомі три основних типи стратегій управління запасами:

1) стратегія найбільшої обачності. Відповідно до даної стратегії розмір необхідного запасу визначається як добуток максимального споживання запасів (по будь-якій позиції) протягом одного дня на найбільшу тривалість періоду поставки, що була за виданими підприємством замовленнями. У результаті створюються запаси, які практично не можуть бути повністю використані до моменту оформлення чергового замовлення на їх поповнення.

2) стратегія додаткового резерву. Гарантія потреб забезпечується за рахунок утворення додаткового резерву матеріальних ресурсів. Величина додаткового резерву визначається за такими методами:

Метод 1. Розмір резерву встановлюється рівним середній величині попиту, помноженої на коефіцієнт надійності, значення якого зазвичай приймається рівним 1,25 - 1,40.

Метод 2. Резервне кількість одиниць зберігання визначається як показник, що дорівнює квадратному кореню з величини середнього споживання в період, що відповідає часу випередження.

3) стратегія відсотка від попиту. В основі цієї стратегії лежить аналіз частоти попиту на матеріальні запаси за результатами роботи протягом 1 дня. Дані про величину попиту заносяться в графік розподілу продукції зростаючим підсумком. Потім встановлюється та частина загального числа періодів видачі замовлень, для якої допустиме повне витрачання запасів, що не порушують виробничий процес. З цієї величини із зазначеного графіка визначається величина попиту, що відповідає встановленим випадкам повного використання запасів [5].

Метод техніко-економічних розрахунків дозволяє досить точно визначати необхідний розмір запасів, однак трудомісткість його велика. Попит на товари або продукцію найчастіше являє собою випадковий процес, що може бути описаний методами математичної статистики. Одним з найбільш простих економіко-математичних методів визначення розміру запасу є метод екстраполяції (згладжування), що дозволяє перенести темпи, що склалися в утворенні запасів у минулому, на майбутнє. Наприклад, на підставі інформації про розмір запасів за минулі чотири періоди, на основі методу екстраполяції можна визначити розмір запасів на майбутній період за формулою:

$$Y_5 = 0,5 \cdot (2 \cdot Y_4 + Y_3 - Y_1), \quad (1)$$

де: Y_4, Y_3, Y_1 - відповідно обсяг запасів за попередні періоди.

Оптимізація та збалансування грошових коштів проводиться шляхом виявлення і реалізації резервів, що дозволяють зменшити залежність підприємства від зовнішніх джерел залучення грошових коштів, забезпечення рівномірності витрачання грошових коштів у часі і за обсягами, збільшення суми і якості чистого грошового потоку, а також здійснення впливу на фінансовий цикл підприємства.

Більшість науковців виділяють три групи методів оптимізації грошових потоків:

- методи оптимізації за обсягами: залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу власного капіталу, проведення додаткової емісії акцій, залучення пільгових кредитів, продаж частини фінансових інвестиційних інструментів та здавання в оренду обладнання, будівель які не використовуються;

- методи оптимізації в часі: розроблення графіків податкових платежів, закупівлі сировини, матеріалів та врівноваження їх з термінами реалізації продукції, встановлення порядку здійснення розрахункових операцій;

- методи максимізації чистого грошового потоку: підвищення ефективності використання ресурсів та прискорення фінансового циклу підприємства.

До вищезазначених методів варто додати метод оптимізації середнього залишку грошових активів, який вважаємо найрезультативнішим. Цей метод передбачає використання моделі Міллера-Орра.

Модель Міллера-Орра - алгоритм, що дозволяє оптимізувати величину середнього та максимального залишків грошових активів підприємства з урахуванням обсягу його платіжного обороту та вартості обслуговування короткотермінових фінансових вкладень.

Згідно моделі залишок грошових засобів хаотично змінюється до того часу, поки не досягне певної верхньої межі. Підприємство починає скуповувати грошову кількість ліквідних цінних паперів, щоб досягнути нормального рівня грошових засобів. Якщо підприємство досягає нижньої межі залишків грошових коштів, то в цьому випадку підприємство продає накопичені цінні папери і таким чином поповнює запас грошових засобів до нормальної межі.

Для оптимізації дебіторської заборгованості можна використовувати наступні заходи:

1. Виключення з числа партнерів підприємства дебіторів з високим рівнем ризику. Цей захід прийнятний як для розвинених ринкових відносин, так і для періоду становлення і розвитку ринку

2. Використання можливості оплати дебіторської заборгованості векселями, цінними паперами, оскільки очікування оплати «живими грошима» може обійтися набагато дорожче.

3. Виявлення фінансових можливостей надання фірмою товарного кредиту. Здійснення цієї форми кредиту вимагає наявності у промислового підприємства достатніх резервів високоліквідних активів для забезпечення платоспроможності на випадок несвочасного виконання контрагентами прийнятих на себе зобов'язань.

4. Визначення можливої обсягу оборотних коштів, які відволікаються у дебіторську заборгованість за товарним кредитом, а також за виданими авансами. Розрахунок цієї суми повинен ґрунтуватися на обсязі закупівлі і продажу продукції, сформованій практиці кредитування партнерів, суми оборотних активів підприємства, в тому числі сформованих за рахунок власних фінансових коштів, формуванні необхідного рівня високоліквідних активів, що забезпечують постійну платоспроможність підприємства, правових умовах дебіторської заборгованості та ін.

5. Формування умов забезпечення стягнення дебіторської заборгованості. У процесі формування цих умов на фірмі повинна бути визначена система заходів, що гарантують отримання боргу. До таких заходів відносяться: оформлення товарного кредиту забезпеченням векселем, вимога страхування дебіторами кредитів, що надаються на тривалий період і ін.

6. Формування системи штрафних санкцій за прострочення виконання зобов'язання контрагентами-дебіторами.

7. Використання сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості. Розвиток ринкових відносин та інфраструктури фінансового ринку України дозволяють використовувати підприємствам ряд нових форм управління дебіторською заборгованістю - її рефінансування, тобто переклад в інші форми оборотних активів підприємства (грошові активи, короткострокові цінні папери). Основними формами рефінансування дебіторської заборгованості є факторинг, облік векселів, форфейтинг.

Отже, оптимізація оборотних активів займає особливе місце в системі підприємства. Фінансовий стан підприємства безпосередньо залежить від стану його активів та ефективності їхнього використання. Оборотні кошти необхідні для здійснення всіх видів діяльності підприємства. Важливим завданням фінансових служб є обґрунтування розміру та визначення оптимального співвідношення між складовими обігових коштів підприємства.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №2 «Баланс».
2. Бланк І.А. Стратегія і тактика управління фінансами / І.А. Бланк - Київ: МП «ІТЕМ ЛТД», СП «АДЕФ-Україна», 2004. – 534 с.
3. Ізмайлова Н.В. Управління оборотними активами підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук./ Н.В. Ізмайлова-Київ, 2009.
4. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. – 2-гк вид., перероб. і доп. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ревнюва. – К.: Знання, 2005. – 485 с.
5. Ковальчук Н.О. Особливості управління оборотними активами на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / Ковальчук Н.О. // Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
6. Петик М.І. Ефективність управління обіговими активами суб'єктів підприємництва/ М.І. Петик // Науковий вісник НЛТУ України.- 2011- Вип.21(4).
7. Поддєрьогін. А.М. Фінансовий менеджмент: Підручник / А.М. Поддєрьогін. — К.: КНЕУ, 2005. — 627 с.

Богдана Дідух,

Наук. кер. – Полянко В.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ НА РИНКУ

У статті розглянуто суть поняття «конкурентоспроможність» та управління конкурентоспроможністю в сучасних умовах. Висвітлені думки різних зарубіжних та вітчизняних вчених щодо визначення поняття «конкурентоспроможність», на основі цього зроблено своє узагальнююче визначення. Розглянуто процес та механізм управління конкурентоспроможністю підприємства. Визначено основні цілі вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємств та запропоновано шляхи досягнення стійких конкурентних позицій на ринку.

На сьогоднішній день підприємства України стикаються з посиленням конкуренції внаслідок збільшення кількості діючих на ринку суб'єктів господарювання. Посилення конкуренції вимагає від підприємств досконалого механізму управління конкурентоспроможністю, який є критерієм, що найбільш повно відображає ефективність діяльності підприємства. Управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності є актуальною, оскільки ринок сфери послуг висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств. На сьогоднішній день в умовах посилення конкурентної боротьби для кожного готельного підприємства на перший план виходить завдання збереження та підвищення власної конкурентоспроможності шляхом вироблення комплексу послідовних заходів, що забезпечують процес управління конкурентоспроможністю.

Поняття та зміст конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності представлені в працях таких зарубіжних вчених як : І. Ансофф, А. Маршалл, М. Портер, Дж. Робінсон, П. Самюельсон, Е. Чемберлен, Ф. Хедоурі та ін. Питаннями управління конкурентоспроможністю займалися такі вітчизняні вчені як: Г. Азоев, Є. Голубкова, С. Гоняліна, П. Зав'ялова, А. Кирилова, О. Литвиненко, М. Сіроштан, І. Спиридонова, І. Фаминського, Р. Фатхутдінова, А. Фрідмана, А. Юданова та інші.

Метою даного дослідження є аналіз системи управління конкурентоспроможністю підприємств, а також дослідження механізму управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Розкрити суть поняття конкурентоспроможності та управління конкурентоспроможністю на підприємстві. Визначити структурні елементи механізму управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності. Дослідити процес управління конкурентоспроможністю та запропонувати шляхи досягнення стійких конкурентних позицій на ринку сфери послуг.

Послуги складають значну частину економіки більшості країн світу. В Україні кожного року збільшується кількість готелів, що, звичайно, створює досить жорстку конкуренцію на ринку послуг. Сучасні підприємства сфери послуг все більше стикаються зі зростанням вимог споживачів до наданих послуг і якості обслуговування. В такому разі саме конкуренція висуває умови при яких підприємство повинно ефективно і високопрофесійно проводити свою діяльність.

Здатність витримувати конкуренцію характеризує така економічна категорія, як конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність підприємства - це здатність підприємства протистояти на ринку іншим виробникам аналогічної продукції (послуги) як за ступенем задоволення своїми товарами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [3, ст. 46].

В сучасних умовах господарювання, конкуренція змушує керівників підприємств постійно шукати нові шляхи підвищення своєї конкурентоспроможності.

Розглянемо поняття «конкурентоспроможність» для кращого розуміння висвітленої тематики.

Видатний російський вчений, науковець, Г.Л. Азоев поняття конкурентоспроможності трактує так: «Конкурентоспроможність - економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між існуючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців [1, с 39]

У своїй книзі «Міжнародна конкуренція» М. Портер навів класичне визначення, за яким конкурентоспроможність - це « властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там конкуруючими суб'єктами ринкових відносин» [5, с. 40]. На нашу думку, це визначення є недостатньо точним, адже основною ціллю кожного підприємства є отримання максимального прибутку, більшого, ніж у конкурента.

Не можемо не погодитися зі словами Р.А Фатхутдінова, який конкурентоспроможність визначає як «властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку» [7, ст.143].

Проаналізувавши думки видатних науковців, у ході дослідження поняття «конкурентоспроможність» нами було сформовано своє бачення даного поняття. На наш погляд, конкурентоспроможність підприємства - це здатність утримувати конкурентні позиції на ринку по відношенню до підприємств – конкурентів. Конкурентоспроможність показує рівень розвитку даної фірми порівняно з рівнем розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами та послугами потреби людей шляхом розробки конкурентних переваг.

Одна з найважливіших властивостей конкурентоспроможності – можливість впливу на неї, тобто нею необхідно управляти. Стратегічна мета кожної організації – досягнення конкурентоспроможності. Управління - це свідомий цілеспрямований вплив з боку суб'єктів, органів на людей і економічні об'єкти, що здійснюється з метою направити їх дії і отримувати бажані результати [6, ст.248].

Управління конкурентоспроможністю підприємства можна розглядати як «діяльність організації, в основі якої лежить формування ряду управлінських рішень, спрямованих на протистояння різним зовнішнім впливам для досягнення лідерства у відповідності з поставленими стратегічними цілями» [8, с 185].

Конкуренція - сильний стимул для покращення роботи підприємства. Саме конкуренція являється тим важелем, що змушує підприємство вносити зміни в систему і методи управління задля підвищення конкурентоспроможності.

В умовах жорсткої конкуренції для підвищення результативності роботи готелю створюють досконалу систему управління конкурентоспроможністю, що включає впровадження інноваційних методів і технологій в діяльність готелів та управління ними, підвищення якості обслуговування клієнтів, підвищення професіоналізму співробітників і т.п. Все це дозволить готельним комплексам досягти конкурентних переваг.

Підвищення конкурентоспроможності підприємству не досягти випадковим чином, необхідна обґрунтована система забезпечення конкурентоспроможності. В основі управління конкурентоспроможністю повинен лежати стратегічний підхід, який реалізується через механізм управління. Організаційно-економічний механізм управління являє собою систему досягнення цілей управління конкурентоспроможністю, що забезпечують необхідний кінцевий результат. Без створення і вдосконалення даного механізму підприємству в сучасних ринкових умовах не отримати бажаний результат діяльності.

Механізм управління конкурентоспроможністю можна визначити як сукупність ресурсів, методів, засобів, інструментів і важелів впливу на ринкові процеси, застосовувані керівними органами всіх ієрархічних рівнів для досягнення цілей економічного розвитку елемента економічної системи [2, ст. 126.].

Механізм управління розглядається нами як один з аспектів діяльності підприємства.

На наш погляд, механізм управління конкурентоспроможністю включає в себе наступні структурні елементи: фактори управління (аналіз як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність); мета управління (бажаний результат діяльності, який повинен бути досягнутий в межах деякого інтервалу часу); організаційна структура управління (побудова організаційної структури управління, яка сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства); цілі, установки, методи управління (визначення системи цілей, установок, методів управління і мотивів діяльності); оцінка конкурентоспроможності (систематичне проведення оцінки власної конкурентоспроможності); конкурентна стратегія (розробка конкурентної стратегії з урахуванням мінливих ринкових умов).

Створення і вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності – обов'язкова умова управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг, результатом чого є забезпечення і зміцнення його конкурентних переваг.

Практика показує, що задача підвищення конкурентоспроможності викликає чималі труднощі, а для багатьох підприємств у нинішніх умовах господарювання вона стало проблемою через відсутність у організацій сформованого механізму управління конкурентоспроможністю.

Управління конкурентоспроможністю підприємства здійснюється в двох аспектах:

- короткостроковому аспекті (тактичне управління);
- довгостроковий аспект (стратегічне управління).

Стратегічне управління створює конкурентні переваги, які забезпечують успішне існування і розвиток підприємства в довгостроковій перспективі. Тактичне управління конкурентоспроможністю спрямовано на розробку і здійснення конкретних заходів щодо реалізації стратегічних планів управління конкурентоспроможністю підприємства.

Розглянемо сам процес управління конкурентоспроможністю підприємства, загальний порядок якого охоплює такі послідовні етапи:

1. Стратегічний аналіз ситуації на ринку послуг, що включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища і специфічних факторів ринку послуг.

2. Аналіз конкурентоспроможності підприємства. На цьому етапі визначають показники оцінки конкурентоспроможності підприємства, основні фактори конкурентоспроможності підприємства сфери послуг та цільових сегменти для виявлення напрямів управління конкурентоспроможністю.

3. Визначення цілей управління конкурентоспроможністю підприємства, що включає вибір стратегічних орієнтирів та мети управління конкурентоспроможністю підприємства.

4. Формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності, що включає аналіз можливих стратегій і вибір оптимальної стратегії.

5. Вибір методів і засобів досягнення цілей та реалізації стратегії.

6. Планування заходів щодо реалізації стратегії забезпечення конкурентоспроможності. На цьому етапі визначають конкурентні переваги підприємства і розробляють стратегічний план по реалізації стратегії.

7. Організація виконання заходів щодо реалізації стратегії забезпечення конкурентоспроможності, що включає розробку програми виконання стратегії. І реалізацію стратегії забезпечення конкурентоспроможності.

8. Контроль і координування виконання конкурентної стратегії.

9. Оцінка реалізації стратегії забезпечення конкурентоспроможності, що включає експертну оцінку рівня реалізації стратегії конкурентоспроможності та оцінку економічної ефективності [4, ст.91].

Отже, можна стверджувати, що процес управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності являє собою сукупність послідовних етапів і дій, реалізація яких дозволить підприємству вибудовувати обґрунтовані прогнози можливих змін, вносити уточнення при виборі конкретних стратегій в свою поточну діяльність та вирішувати практичні завдання з управління своєю конкурентоспроможністю.

Послідовні етапи в управлінні конкурентоспроможністю дозволяють визначити цільові сегменти підприємства, рівень конкуренції на ринку конкретних послуг регіону, провести аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на рівень конкурентоспроможності підприємства, виявити основні напрями підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, оцінити ефективність запропонованих заходів.

Головними цілями вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності на сучасному етапі повинні стати: створення необхідних умов для покращення існуючих та появу нових додаткових послуг; задоволення потреб клієнтів наданими послугами; скорочення обсягів витрат на підтримання відповідної якості наданих послуг.

Конкурентоспроможність готелю обумовлюється його фінансовим становищем, рівнем організації діяльності наданих послуг, рівнем організації та управління маркетингом, станом інфраструктури, забезпеченням безпеки проживання, розташуванням підприємства, кваліфікацією персоналу, якістю обслуговування споживачів.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства запропоновані наступні шляхи досягнення стійких конкурентних позицій на ринку: постійний контроль якості послуг; розроблення довгострокових планів і відповідних заходів посилення конкурентних переваг над підприємствами - конкурентами; розроблення чіткої маркетингової політики задля успішного просування пропонованого асортименту послуг на ринок; формування оптимальної асортиментної структури при розробленні послуги; закріплення позицій і збільшення частки на існуючих ринках, вихід на нові регіональні ринки й ін.

Отже, конкурентоспроможність підприємства в сучасному світі - запорука його успіху, прибутковості і процвітання. Лише конкурентоспроможна організація здатна вижити, «залишитися на плаву» в часи становлення ринкових відносин в нашій країні, зберегти свої конкурентні позиції на постійному рівні або поступово покращувати їх.

У сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових інструментів управління підприємством і шляхів підвищення конкурентоспроможності. Посилення конкуренції на ринку готельних послуг виникає внаслідок появи як нових господарюючих суб'єктів так і кризових ситуацій. Тому керівникам готельних підприємств потрібно мати чітке уявлення про управління конкурентоспроможністю, щоб у разі посилення конкурентної боротьби в умовах інноваційної економіки бути готовими до покращення своїх конкурентних позицій на ринку.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентні переваги фірми. - М.: «Новини». – 2000. – 39 с.
2. Дзина М.А. Теоретические основы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия // Культура народов Причерноморья. 2006. № 95. 118—126 с.
3. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Экономика, 1999.- 43-46 с.
4. Мансуров Р.Е. Про економічну сутність понять «конкурентоспроможність підприємства» та «управління конкурентоспроможністю підприємства», Маркетинг в Росії і за кордоном. – 2006. №2. – 91-94 с.
5. Портер М. Міжнародна конкуренція. Пер. з англ. - М.: Міжнародні відносини, 1993. – 896 с.
6. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 495 с.
7. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоспроможністю організації. Навчальний посібник. - М.: Видавництво «Ексмо», 2004. - 544 с.
8. Шарніна Н.М., Арутюнян С.М. Система управління конкурентоспроможністю підприємств агропромислового комплексу: Монографія / Мар. держ. ун-т. - Йошкар-Ола, 2013 - 190 с.

Павло Кантемір, 2 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф,

Наук. кер. – Чичун В.А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті представлено процес стратегічного управління, який набуває при цьому особливої необхідності. Разом з надійними та перевіреними аналітичними методами використовують немало й таких, які запозичені з практики західних країн. Стратегічне управління організацією спирається на людський потенціал як основу, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і здійснює своєчасні зміни в організації, які відповідають викликам з боку оточення дозволяють добиватися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації вижити у довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей. Тобто, стратегічний менеджмент підприємств має превентивний характер, що дає змогу їм прогнозувати потенційні небезпеки, які можуть виникнути у майбутньому, і передбачати, тобто використовувати можливості, які з'являються.

Потреба у постійному моніторингу середовища і його адекватному віддзеркаленні на рішеннях у процесі управління господарсько-фінансовою діяльністю підприємства викликана різкими змінами оточення суб'єктів господарювання. Це вимагає перегляду підходів до управління, удосконалення механізмів формування, забезпечення і підтримки стійкості становища. Система урахування завдань ведення бізнесу у напрямку стратегічної спрямованості, завдань розвитку відповідно до вимог забезпечення конкурентоспроможності, фінансової незалежності, завдань щодо якості продукції, організації обслуговування, виконання фінансових зобов'язань дозволяє створити ефективний механізм досягнення цілей господарювання, розв'язання проблемних питань. На основі застосування системного підходу в управлінні досягається гармонійне поєднання, узгодженість управлінських дій і рішень, які збуджують роботу усіх бізнес- процесів на підприємстві; генерується потреба розвитку з урахуванням майбутніх переваг; упроваджуються принципи стратегічного управління діяльністю. У зв'язку із цим необхідність обґрунтування механізму формування системи стратегічного управління розвитком підприємства не викликає сумнівів і є важливою складовою у вирішенні проблем розгортання кризових явищ, проблем дестабілізації відносин і зв'язків на рівні підприємства, галузі, країн, проблем досягнення ефективності відтворювальних процесів на стабільній довгостроковій основі.

Проблема механізмів формування систем, розробки механізмів управління розвитком викликає зацікавленість багатьох вітчизняних дослідників, науковців ближнього і дальнього зарубіжжя [1-10]. Вагомим є внесок у вирішення окремих аспектів даної проблеми таких учених, як А.О. Алабугін, В.Б. Артур, Д. Барні, Г.К. Губерна, Л.А. Костирко, А. Кульман, О.В. Раєвнева, В.С. Пономаренко, О.Ю. Попова, О.М. Тридід, І.В. Філіпішин, Н.В. Цопа, О.М. Ястремська, Ю.П. Яценко. З аналізу наукових публікацій в економічній галузі знань випливає, що механізм управління здебільшого розглядається як сукупність: способів взаємодії суб'єктів господарювання; форм, структур, методів і засобів управління; програми управління, техніки управління, технічних засобів; цілей, стратегій, функцій, методів; процедур прийняття управлінських рішень, упорядкованих дій. Отримані наукові доробки є цінними, проте слід зауважити, що в нинішній час гострою є проблема побудови ефективної управлінської системи, яка б забезпечувала розвиток промислового підприємства. У цьому аспекті потребує обґрунтування механізм формування такої системи.

Мета статті полягає у розкритті змісту механізмів формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства.

Завданням статті є дослідити механізм управління розвитком підприємства, у тому числі такими видами розвитку, як стратегічний, соціальний, сталий [4-8]; механізму формування стратегії розвитку [2, 10] та механізму формування фінансової стратегії [3].

Механізм управління розвитком підприємства розглядається О. В. Раєвневою як найбільш активна частина системи управління, здатна забезпечити цілеспрямований розвиток підприємства [4, с. 225]. На думку дослідника, такий механізм є сукупністю: засобів управління (інструменти і важелі процесу розвитку), організаційних і економічних методів управління (способи, прийоми і технології щодо засобів управління). Глибина вивчення даного питання підтверджується обґрунтуванням компонентів механізму (мета і критерії її досягнення, фактори і методи управління, ресурси підприємства) і сукупності локальних механізмів - складових

загального механізму (механізм управління цілями розвитку, механізм діагностики, механізм прийняття рішень з управління розвитком підприємства), що в цілому утворюють прикладний рівень формування механізму управління розвитком підприємства [4, с. 240].

Механізм управління стратегічним розвитком у трактовці В.М. Сердюк [5] – це сукупність інструментів і методів впливу на діяльність суб'єктів господарювання, що узгоджують інтереси взаємодіючих сторін. І.І. Смачило виділяє такі складові механізму управління сталим розвитком, як суб'єкт, об'єкт, процес управління (методи і важелі управління) [7].

Відносно механізмів формування у проаналізованих наукових роботах визначається, що механізм формування стратегії розвитку є сукупністю цілей, потенціалу, ресурсів, напрямів, правил розвитку [2], об'єднує цілепокладання, операційні процеси та організаційне проектування - організаційна структура, система управління і людські ресурси) [10]. Механізм формування фінансової стратегії - це процес досягнення фінансових цілей через дії, стан, інструменти і правила [3].

Взагалі у поняття «механізм» вкладається різний зміст. Так, механізмом вважають внутрішній пристрій; систему, спосіб певного виду діяльності; сукупність станів і процесів, із яких складається будь-яке явище. Механізм управління розвитком як один із чисельних видів механізмів вважається зв'язуючою ланкою між теоретичними дослідженнями і їх практичним втіленням у діяльність підприємств, а також одним із концептуальних (методологічних) положень дослідження [4, 5].

Як довів критичний аналіз результатів досліджень щодо розв'язання економічних проблем суб'єктів господарювання, існує велике розмаїття різних осмислень поняття «механізм» [1-10]. Механізми управління процесами, явищами, станами систем можна умовно поділити за двома ознаками: за призначенням і за впливом на стан систем.

Отже, за призначенням найчастіше розрізняють такі види механізмів управління, як організаційний, економічний, організаційно-економічний, господарський, адаптаційний, фінансовий, інноваційний, самозміцнюючий та ефективний. За впливом на стан систем здебільшого досліджуються механізми забезпечення, підтримки, формування, реалізації, стимулювання, взаємодії, інтеграції, функціонування, розвитку, розгортання (поширення), регулювання, виникнення, залучення, підвищення ефективності та оцінки (контролю, оптимізації тощо). Також не залишаються поза увагою дослідників такі актуальні проблеми сьогодення, як формування механізму інноваційного та інших процесів, формування механізму виникнення ризикових ситуацій, механізму управління розвитком тощо. Крім формування, над механізмами можуть здійснюватися такі дії, як розробка, реалізація, регулювання, оцінка і т.п.

Слід підкреслити, що мета системи управління розвитком і мета побудови механізму її формування мають відповідати основному призначенню системи - реалізації цілей розвитку. Так, метою розглядуваної системи управління визначено протидію негативному впливу оточуючого середовища для забезпечення стратегічної спрямованості розвитку промислового підприємства та ведення ефективного господарювання. За мету побудови механізму формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства прийнято розробку дієвих засобів і методів стратегічного управління розвитком підприємства, що відповідають принципам і меті формування системи управління та забезпечують ефективне функціонування системи в цілому.

Як показали результати проведеного дослідження, пропонується розглядати механізм формування системи за такими аспектами: компоненти механізму, базові механізми формування системи і підтримуючі механізми (рис. 1).

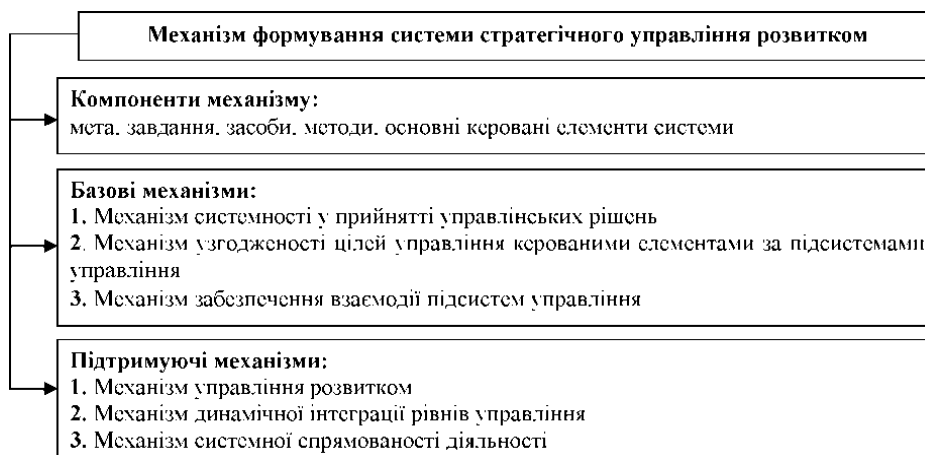


Рис. 1. Аспекти дослідження механізму формування системи стратегічного управління розвитком

Представлені на рис. 1. такі компоненти механізму, як засоби і методи, безпосередньо залежать від цілей розвитку підприємства. Завданнями механізму визначено, по-перше, об'єднання взаємозалежних процесів за першочерговістю здійснення (протікання), за силою впливу на розвиток, за призначенням процесу; по-друге, регулювання взаємозв'язків усередині системи управління на основі синхронізації і оптимізації процесів, що забезпечують виконання цілей і завдань розвитку.

Основними керованими елементами системи, що вкупі утворюють один із компонентів механізму, у даній статті визначено такі: виробничий процес, реалізаційний процес, види ресурсів, індикатори фінансового стану промислового підприємства.

У роботі визначено мету і завдання базових механізмів (табл. 1) і підтримуючих механізмів (табл. 2).

Таблиця 1

Мета і завдання базових механізмів формування системи управління розвитком

Назва механізму	Мета механізму	Завдання механізму
Механізм системності у прийнятті управлінських рішень	Розробка управлінських рішень відповідно до встановлених цілей, завдань, результатів виконання функцій у системі управління на основі цільових орієнтирів розвитку підприємства і управління складовими частинами системи управління	визначення пріоритетності управлінських рішень залежно від цілей розвитку; формування часових обмежень щодо реалізації управлінських рішень; послідовна реалізація управлінських рішень з акцентом на встановлені пріоритети при постійній перевірці ступеня їх досягнення
Механізм узгодженості цілей управління керованими елементами за підсистемами управління	Генерування логічної послідовності цілей за елементами системи, спрямованої на підтримку вектора розвитку підприємства, забезпечення стійкості діяльності	визначення першочергових цілей за підсистемами управління; формування алгоритму узгодженості цілей у змістовному і часовому розрізі; забезпечення реалізації цілей у встановленій послідовності дій з використанням координаційних важелів
Механізм забезпечення взаємодії підсистем управління	Побудова системи ключових взаємодіючих характеристик розвитку, що зв'язують підсистему управління на основі дослідження сценаріїв розвитку	встановлення основних вимог до взаємодії підсистем управління у частині ключових співвідношень, рівнів показників; формування системи контрольних заходів у процесі моніторингу взаємодії підсистем управління; реалізація контрольних заходів із забезпечення взаємодії

Як впливає із табл. 2, підтримуючі механізми формування системи управління розвитком акцентують увагу на таких векторах спрямування господарської діяльності в цілому, як вектор розвитку, вектор управління і вектор підтримки цілісної реактивної системи.

Таблиця 2

Мета і завдання підтримуючих механізмів формування системи управління розвитком

Назва механізму	Мета механізму	Завдання механізму
Механізм управління розвитком (вектор розвитку)	Створення системи управління розвитком, що забезпечує досягнення цілей розвитку у сформованих умовах конкурентного зовнішнього оточення	Гармонійне поєднання і ефективна реалізація цільових орієнтирів розвитку підприємства у системі стратегічного управління розвитком
Механізм динамічної інтеграції рівнів управління (вектор управління)	Забезпечення погодженості між поточним, тактичним і стратегічним рівнем управління підприємством	Координація завдань розвитку на різних рівнях управління і їх адаптація у системі стратегічного управління розвитком
Механізм системної спрямованості діяльності (вектор системи)	Регулювання взаємодії між організаційними структурами підприємства, видами діяльності, основними процесами і головними операціями	Адаптація системи стратегічного управління розвитком у системі господарювання промислового підприємства

Висновки.

1. Пояснено зміст складових системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства у частині представлення тісних зв'язків між і всередині складових, які потрібно ухвалювати і регулювати у процесі розробки механізму формування системи, що дозволяє комплексно охарактеризувати спрямованість управлінських рішень і дій у процесі забезпечення розвитку підприємства.

2. Обґрунтовано, що цілеспрямований розвиток промислового підприємства забезпечується на основі реалізації механізмів формування системи стратегічного управління розвитком із використанням комплексу взаємопов'язаних управлінських рішень і дій. Запропоновано розрізняти базові і підтримуючі механізми з метою досягнення ефективної роботи системи управління розвитком.

3. Впровадження керівниками вищої ланки механізмів формування системи стратегічного управління розвитком сприятиме своєчасній реалізації запобігливих адекватних заходів щодо зупинення розгортання нестабілізуючих тенденцій ведення господарства або їх недопущення і генерування позитивної динаміки у протіканні бізнес-процесів на підприємстві із отриманням конкурентних переваг на ринку.

Надалі необхідно встановити інструменти досягнення цілей і завдань за кожним механізмом формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства.

Список використаних джерел:

1. Arthur W.B. Self-Reinforcing mechanisms in economics / W.B.Arthur // The Economy as an Evolving Complex System / P. Anderson, K. Zarrow, D. Pines (eds). - N.Y. Addison-Wesley, 1988. - P. 9-31.
2. Афоничкин А.И. Моделирование механизма формирования стратегии развития экономических систем / А.И. Афоничкин, Д.Г. Михаленко // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. - 2012. - № 1[25]. - С. 5-12.
3. Журова Л.И. Механизм формирования финансовой стратегии предприятия / Л.И. Журова // Дайджест-финансы. - 2011. - № 3. - С. 17-26.
4. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О.В. Раєвнева. - Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. - 496 с.
5. Сердюк В.Н. Концепция управления стратегическим развитием машиностроительных предприятий / В.Н. Сердюк // Науковий вісник НЛТУ України. - 2013. - Вип. 23.18. - С. 155-161.
6. Сидорова А.В. Управление развитием предприятий на основе процессных инноваций: монография / А.В. Сидорова, О.А. Курносова. - Донецк: ДонГУ, 2012. - 204 с.
7. Смачило І.І. Принципи формування та структура механізму управління сталим розвитком підприємства / І.І. Смачило // Економіка розвитку. - 2013. - № 3. - С. 7982.
8. Филиппин И.В. Механизм управления развитием промышленного предприятия / И.В. Филиппин // Економіка промисловості. - 2011. - № 4. - С.220-227.
9. Харченко В.А. Концептуальні засади формування системи стратегічного управління розвитком підприємства / В.А. Харченко // Схід. - 2014. - №5. - С. 52-56.
10. Чечин О.П. Механизм формирования стратегии развития промышленного предприятия / О.П. Чечин // Вестник Самарского гос. техн. ун-та. Сер.: Экон. науки. - 2014. - № 1 (11). - С. 46-49.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЯХ

У статті розглянуто формування системи управління персоналом, зокрема, у сфері послуг. Зазначається, що сфера послуг є дуже важливою для економіки. Розкрито сутність системи управління персоналом підприємства, визначення її ефективності та важливості формування системи управління персоналом. Розглянуто також роль кадрової політики на підприємстві. Значна увага приділяється саме ефективному формуванню системи управління персоналом в готелі, а також тим фактором, які роблять готель конкурентоспроможним. Доводиться потреба формування системи управління персоналом на підприємствах.

В сучасних умовах ринкової економіки всі суб'єкти господарювання взаємодіють між собою у конкурентному середовищі. Для того, щоб не лише утримувати позиції готелю на ринку, а й бути рентабельним, потрібно враховувати та дотримуватися багатьох факторів розвитку бізнесу. Одним із головних внутрішніх чинників успішного управління готелем є професійне управління персоналом. Тому, існує потреба у створенні дієвої системи управління персоналом, яка могла б забезпечити та скерувати його діяльність. Також, стимулювати персонал готелю проявляти ініціативу, творчий потенціал, здібності та бажання професійно зростати. Для готелю персонал є його рушійною силою.

Проблеми управління персоналом готелю та його практичне застосування всебічно розглянули такі вчені, як: І.Р. Бузько, Л.В. Балабанова, Н.Л. Гавкалова, Б.М. Генкин, В.М. Данилюк, П.Г. Перерва, В.А. Савченко Р.А. Фатхутдинов, В.Г. Щербак та багато інших вітчизняних та зарубіжних науковців. Плеяда фахівців детально дослідила та продовжує досліджувати значення системи управління персоналом на підприємстві. Оскільки виникають проблеми, що стосуються професійності управління персоналом. Одним із головних чинників цієї проблеми є те, що часом керівники не можуть правильно сформувати систему управління персоналом. Адже дуже важливо враховувати конкурентоспроможність підприємства та «йти в ногу з часом» не лише з технічної точки зору, а й психологічної, враховувати поняття «людського фактору».

Отже, зазначене вище дає можливість стверджувати, що необхідно враховувати фактори зовнішнього середовища, які впливають на внутрішнє середовище, а отже і на працівників готелю. Дослідивши всю атмосферу, в якій знаходиться персонал того чи іншого готелю, можна сформувати ефективну систему його управління.

Управління персоналом – одна з найбільш важливих сфер життя підприємства, яка здатна підвищити ефективність його діяльності [8].

Система управління персоналом забезпечує безперервне вдосконалювання методів роботи з кадрами й використанням досягнень вітчизняної й закордонної науки, найкращого виробничого досвіду. Сутність управління персоналом полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління [8].

Управлінню персоналу властива системність і завершеність на основі комплексного вирішення проблем, їх відтворення. [3, с.308].

Система – це планомірний та організований вплив на процес формування, правильного розподілу та перерозподілу персоналу підприємства за допомогою взаємопов'язаних організаційно-економічних та соціальних заходів. Основною метою системи управління персоналом є забезпечення ефективного функціонування підприємства й всебічного розвитку його працівників.

Готель – це підприємство, що надає людям, які знаходяться поза домівкою, комплекс послуг, найважливішими серед яких однаковою мірою є послуга розміщення і харчування [9].

Від того, які враження залишає у людини, котра скористається послугами того чи іншого готелю, залежить її подальший вибір готелю як прихистку на час перебування за межами власного дому. Ці враження залежать від рівня та якості обслуговування в готелі, а вони, в свою чергу, є наслідком наявності в готелі саме кваліфікованого персоналу, який діє як одна злагоджена система.

Формування системи управління персоналом в готелі передбачає побудову своєрідного «дерева цілей». Воно поєднує цілі працівників та цілі керівництва, як наслідок, виявляє ролі і місця управління персоналом у забезпеченні головних цілей підприємства. Цілями управління персоналом готелю є:

- підвищення конкурентноздатності готелю;
- підвищення ефективності виробництва і праці;
- забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу [10].

Саме розподіл цілей і завдань управління між підрозділами й окремими працівниками формує організаційну структуру готелю.

Організаційна структура забезпечує: взаємозв'язок між керуючою системою та керованою, розподіл повноважень між окремими підрозділами готелю, а також визначає їх відповідальність.

В управлінській практиці індустрії гостинності світу та України, зокрема, найбільш поширеними є такі типи організаційних структур: лінійний, функціональний, лінійно-функціональний.

В Чернівцях функціонує 10 готелів. До прикладу, в маленькому готелі «Кнаус» діє лінійний тип організаційної структури, адже в наявності у готелю всього 3 номери, а отже не потрібно наймати багато персоналу, створювати та призначати на посади багатьох керівників, щоб прослідкувати за невеликими масштабами роботи. А ось вже для ТОВ «Бізнес-центр «Буковина», до складу якого входить один з найвідоміших та найбільших готелів нашого міста «Буковина», притаманна лінійно-функціональна структура управління. В готелі є понад 150 номерів, а отже, необхідними є структурні підрозділи, які мають свій визначений обсяг роботи та повноважень, а також лінійні керівники, які зможуть делегувати повноваження різним підрозділам, в залежності від специфіки.

Ключовим підрозділом в системі управління персоналом є служба управління персоналом.

Служба управління персоналом – це функціональний підрозділ, який не бере участі в основній діяльності, але забезпечує нормальне функціонування готелю. Основним завданням служби управління персоналом є керівництво персоналом в рамках обраної кадрової політики.

У всіх великих готелях має бути служба управління персоналом. В чернівецьких готелях служба управління персоналом існує в готелі «Київ», готелі «Георг Палац», готелі «Буковина» та інших. В маленьких готелях службу управління персоналом створювати недоцільно. Найчастіше її обов'язки бере на себе керівник готелю. Прикладом є готель «Кнаус».

Одним із обов'язків служби управління персоналом є підготовка кадрів до роботи в готелі. Наприклад, в готелі «Буковина» новий працівник обов'язково повинен пройти стажування, тривалістю від 2-ох тижнів до 1 місяця, в залежності від того, скільки часу потрібно на ознайомлення зі специфікою роботи готелю та опануванням тих навичок, які необхідні для виконання своїх функціональних та посадових обов'язків. Майбутніх працівників навчають старші колеги, які займають такі ж посади. Окрім того, для працівників проводять збори та конференції, на яких здійснюють розгляд проблемних питань, аби підвищити кваліфікацію персоналу та покращити його діяльність.

Якщо розглядати готелі загалом по Україні, то у персоналу відомих готелів є широкий спектр можливостей. Працівників можуть відправляти на різноманітні тренінги та семінари, в тому числі й на міжнародні, для того, щоб здобути новий досвід та поділитися ним в рамках свого готелю. Все це необхідне для того, щоб персонал постійно розвивався та міг створити престиж своєму готелю.

Весь комплекс управління персоналом поділяють на двадцять дві функції, які можливо об'єднати в окремі групи: планування та облік праці, організація оплати та матеріального стимулювання праці; керівництво персоналом; підбір, підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації робітників; розробка раціональних прийомів та методів праці (методів виконання робіт); поділ усіх видів робіт між працівниками і встановлення між ними системи взаємодії; розрахунок норм праці; створення сприятливих умов праці; організацію обслуговування робочих місць; забезпечення оптимального розпорядку роботи, управління інформацією; оцінка результатів діяльності; виховання дисципліни праці, підтримка трудової активності та творчої ініціативи; правове регулювання трудових відносин [6, с.83].

При цьому зберігаються і традиційні завдання з адміністративної роботи з кадрами [4, с. 147].

Реалізація цілей і завдань системи управління персоналом в готелі здійснюється через кадрову політику. Кадрова політика – це основні правила і принципи, що регламентують взаємовідносини з персоналом в організації, які є логічним і природним продовженням виробничої, маркетингової, інвестиційної та інших політик організації [1, с.50]. Кадрова політика не тільки визначає напрями і принципи реалізації завдань системи управління персоналом, а й розкриває змістовні аспекти функціонування системи управління персоналом.

Підвищення ефективності управління персоналом, пов'язане із оптимізацією організації роботи та обов'язків кожного члена персоналу, удосконаленням підготовки і підвищення кваліфікації управлінського персоналу, зміцненням трудової дисципліни та зменшенням затрат робочого часу [5, с.204].

Тим не менш, більшість науковців вважають, що немає єдиного підходу до виміру ефективності управління персоналом. Причиною тому є те, що процес трудової діяльності персоналу і управління ним, тісно пов'язані з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком організації.

Для визначення ефективності управління персоналом необхідний комплексний підхід з позицій важливості кінцевих результатів діяльності, продуктивності і якості праці та організації роботи персоналу як соціальної системи [2, с. 47].

Конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище суб'єкта господарювання на ринку. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового і маркетингового потенціалу. З іншого боку, зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж у конкурентів. Бути конкурентоспроможним в умовах відкритої ринкової системи означає забезпечувати однакові з міжнародними стандартами споживчі, якісні та цінові характеристики послуги, незалежно від того, для зовнішнього або внутрішнього ринку вони призначені [7, с. 1-12].

Конкурентоспроможність готелю можна представити у вигляді наступної рівності:

Конкурентоспроможність готелю = конкурентоспроможність готельних послуг + імідж (бренд), де

Конкурентоспроможність готельних послуг = якість + ціна + обслуговування.

В Чернівцях функціонують готелі, які вже мають надбання в готельних послугах, та ще не мають достатнього іміджу, адже вони порівняно нові. Це, наприклад, готель «Георг палац», хоча його імідж якраз здобувається якістю наданих послуг та рівнем обслуговування. Є готелі, які мають імідж, та не дуже позитивний. Наприклад, готель «Турист». У 80-ті роки ХХ ст. цей готель був дуже відомим та популярним, але за 30 років в готелі «Турист» відбулося дуже мало сучасних змін, які могли б задовольнити клієнта. Готель «Київ» має імідж, хорошу цінову політику. Але якість надання готельних послуг та обслуговування знаходяться на середньому рівні. А от готель «Буковина» має імідж одного з кращих готелів міста Чернівці, його навіть можна назвати родзинкою міста. Тут зупинялися відомі зірки нашого та закордонного шоу-бізнесу, українські політики та багато інших відомих людей. Такий вибір на користь готелю «Буковина» був саме через рівень та якість обслуговування, а також помірну цінову політику.

Таким чином, саме від персоналу організації залежить конкурентоспроможність готелю.

Існує таке поняття як «оцінка якості надання готельних послуг», яку можуть здійснювати як експерти, так і гості готелю.

Так, в Чернівцях провели таку оцінку якості.

Оцінка якості надання готельних послуг здійснювалась за наступними параметрами: 1) ті, які стосуються безпосередньо обслуговування (перше враження, яке сформувалось у гостя від відвідання готелю; зустріч гостя та етика спілкування; знання мов персоналом); 2) ті, які стосуються стану готельних підприємств (зовнішній вигляд готелю; внутрішній вигляд номерів готелю; вартісний показник) [11].

Перший параметр залежить суто від персоналу готелю. Якщо хоча б один працівник зробить помилку у виконанні своїх службових обов'язків, це може зіпсувати загальне враження від перебування у готелі. Другий параметр також залежить від персоналу. Адже на ньому лежить обов'язок забезпечення чистоти та порядку в готелі.

За всіма параметрами якості надання готельних послуг найвищий бал (100) отримали готелі «Буковина» та «Кнаус», трохи менше (93) – готель «Кайзер» [11].

Тобто ці готелі мають найвищий рівень конкурентоспроможності, який досягається за наявності в готелі кваліфікованого персоналу.

Управління персоналом як функція управління покликана поєднувати, координувати, взаємопов'язувати та інтегрувати всі функції в єдине ціле.

Забезпечення гарантій зайнятості для персоналу робить будь-який готель більш прибутковим і конкурентоздатним, особливо якщо стратегія стабілізації складу працівників використовується як засіб для підвищення гнучкості в управлінні персоналом, створення умов для тісної взаємодії персоналу і збереження найбільш кваліфікованого його складу.

Будь-який продукт праці, вироблений для продажу, є товаром. Головна роль послуги як товару полягає в тому, що вона може задовольнити потреби покупців. Будь-яка послуга – це процес. Її невід'ємною частиною є люди. І кінцевим продуктом є не фізичний товар, а конкретна послуга, яку знову ж таки надають люди, персонал. В цьому основні відмінності між товаром та послугою, між сферою торгівлі та сферою надання послуг.

В Україні, поки що, управлінню персоналом значна увага приділяється тільки на теоретичному рівні. Знання й уміння в області роботи з персоналом, як правило, відсутні у більшості підприємців і керівників, що знижує в цілому ефективність управління. Щодо Чернівці, тут також бракує практичних надбань в готелях. Зарубіжний досвід чудово реалізується в усіх показниках оцінки готелю, лише не в обслуговуванні. Хоча є і приємні винятки.

Загострення ринкової конкуренції і глобалізація економіки, інтеграція України у світову економічну систему, вимагає від вітчизняних суб'єктів господарювання визначати стійкі конкурентні переваги і здійснювати виробничу діяльність більш ефективно, ніж конкуренти. Кожне підприємство повинно постійно бути у пошуку шляхів удосконалення своєї діяльності. Постійний розвиток персоналу, пошук нових підходів до управління ним є необхідними та невід'ємними атрибутами успішного функціонування організації. Потрібно завжди пам'ятати, що саме персонал є тим найважливішим фактором, від якого залежить задоволеність клієнта послугами певного готелю.

Підводячи підсумки, персонал організації – це найважливіший фактор капіталізації речового і природного ресурсу, найнятого в цілях трансформації в готові товари. Реалізація його потенціалу забезпечується цілеспрямованим впливом на його мотиви і, відповідно, поведінку, в рамках яких відбувається реалізація творчих і трудових здібностей персоналу. Система управління персоналом є організаційно-методичною основою здійснення управлінських функцій і включає сукупність підсистем, механізмів та інструментів, що відображають і забезпечують окремі сторони роботи з персоналом підприємства.

Формування системи управління персоналом – це одна з найважливіших систем, яку повинна сформувати організація для досягнення своїх цілей та отримання економічної і фінансової вигоди.

Список використаних джерел:

1. Воробьев А.Д. Стратегическое управление персоналом / А.Д. Воробьев, С.Б. Жданов, Ю.А. Кузьмина // Управление персоналом. – 2008. – № 15. – С.48-53
2. Гальчинський А.П. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / під заг. ред. А.П. Гальчинського, С.В. Львовича, В.П. Семиноженка. – Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ, 2004. – 261 с.
3. Крушельницька О.В. Управління персоналом: Навч. посіб. Видання 2-ге, перероблене / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук – К., «Кондор». – 2006. – 308с.
4. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 346 с
5. Мурашко, М.І. Менеджмент персоналу: навчально-практичний посібник / М.І. Мурашко. – К. : «Знання», 2002. – 311 с.
6. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации: Учебник. / В.П. Пугачев – М.: Аспект Пресс, 1998. – 279 с.
7. Стороженко Р.С. Обеспечение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса: автореф. дис. канд. экон. наук / Р.С. Стороженко. – СПб., 2011 – 19 с.
8. http://uareferat.com/Вплив_стилю_керівництва_на_рівень_соціально-психологічного_клімату_колективу_організації.
9. http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo91.htm
10. <http://tourism-book.com/pbooks/book-62/ua/chapter-2401/>
11. file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Vchtei_2013_2_41.pdf

Петро Ляхач, 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Чичун В.А.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ КОЛЕКТИВОМ

У статті автором розкрито поняття колективу, основні напрями його роботи. Також зазначено, що формування колективу, здатного ефективно вирішувати поставлені перед ним завдання — одна з найважливіших функцій менеджера. Ефективна діяльність трудового колективу визначається низкою параметрів, які оцінюються результатами роботи колективу та задоволеністю його учасників і характеризують його соціальну структуру та загальний соціально-психологічний клімат колективу.

Для успішного функціонування колективу і його діяльності в цілому необхідні людські ресурси. Розвиток науково-технічного прогресу, удосконалення діяльності підприємств, нові технології, привели, з одного боку, до скорочення потреби в робочій силі, а з іншого, посилили диференціацію між професіями, підвищили попит на більш кваліфіковану працю.

Дослідженню особливостей здорового трудового клімату приділяли увагу такі вітчизняні вчені: Свинецький А.Л., Паригін Б.А., Платонов К.К., Мясіщев В.М., Андреева Г.М., Мельничук Д.П., Сардак О.В. Досить важливим є формування управлінських механізмів на засадах розвитку людських стосунків. Цей етап пов'язаний із визнанням людини пріоритетним фактором господарської діяльності; зосередження уваги на соціальних аспектах, які охоплювали різноманітні форми морального та матеріального стимулювання працівників, стилі управління, участь працівників у процесі прийняття управлінських рішень, організаційну культуру, можливості кар'єри та просування за службовою ієрархією.

Метою даної статті є дослідити особливості управління трудовим колективом в умовах невизначеності.

Завданням статті є дослідити теоретико-методологічні аспекти процесу управління трудовим колективом.

У практичній діяльності керівник повинен застосовувати різні методи управління. Це викликано тим, що люди, які працюють, відрізняються один від одного інтересами, потребами, рівнем освіти, культури, кваліфікації тощо. Різні характери людей, їхні нахили створюють специфічні соціально-психологічні й моральні умови діяльності, які вимагають від керівника індивідуального підходу до людей.

Керівництво людьми не може бути одностороннім процесом, розвиток колективних форм управління, зростання його професійно-культурного рівня має суттєвий вплив на методи, форми, прийоми управлінського впливу керівника. Розглядаючи суспільство, не можна звести його до простої суми колективів, оскільки і колектив не є проста сума окремих особистостей, що складають його. Колектив — це динамічний соціальний організм, який постійно розвивається і набуває нові якості, додаткову виробничу силу, що здатна вирішувати такі виробничі й суспільні завдання, які не під силу окремим людям, які входять до нього [5, с. 56-57].

Колектив — це зв'язуюча ланка між суспільством і особистістю, його функція полягає в тому, що діяльність колективу задовольняє в один і той же час потреби суспільства й окремої особистості [3, с.42]. Займаючи стратегічне становище у відносинах особистості й суспільства, колектив ніколи не буває пасивним. Він або посилює, або послаблює вплив суспільства на особистість, створюючи при цьому специфічний соціальний мікроклімат, який має серйозний вплив на настрій людей, трудову і суспільну активність.

Однак, трудовий колектив — не замкнуте соціальне утворення. Він не є єдиним джерелом, з якого особистість черпає суспільні цінності, установки. Загальні зміни умов життя сучасної людини, розвиток і поширення засобів масової комунікації приводять до значного підвищення ролі і значимості зовнішнього соціального й морального середовища [4, с. 63]. Сьогодні особистість виховує не тільки той колектив, до якого вона входить безпосередньо (трудова, сімейна), а й обіймає інші соціальні сфери. Вивчаючи взаємовідносини колективу, слід розрізняти їх об'єктивну і суб'єктивну сторони. Тільки аналіз обох сторін може забезпечити правильний підхід до вивчення емоційного самопочуття людини в групі, від якого значною мірою залежить гармонійний розвиток її творчих сил в умовах колективної діяльності.

- спілкування членів групи протягом відносно тривалого періоду;

- спільна суспільно-корисна діяльність групи;

- чітка організаційна структура, яка відповідає внутрішньо-груповому розподілу праці;

- ціннісно-орієнтаційна єдність групи;

- справжня групова емоційна ідентифікація;

- колективістське самовизначення.

Рис. 1. Основні умови переходу групи в колектив [2, 4]

Для того, щоб група людей, які працюють разом, перетворилася в справжній колектив, що діє як єдиний соціальний організм, необхідні певні умови (рис. 1). Колектив — це стійке об'єднання людей, що прагнуть до загальної мети, яке характеризується груповою згуртованістю [1, с. 67].

Колектив відіграє величезну роль у житті кожної людини. Насамперед, у його межах задовольняється природна потреба людини у спілкуванні і діловій взаємодії, у належності до групи собі подібних; у колективі людина у необхідних випадках знаходить підтримку і захист; у колективі вона знаходить визнання своїх успіхів і досягнень. Впливаючи на поведінку людини, колектив багато в чому сприяє її зміні. У колективі людина має

можливість по-новому глянути на себе з боку, оцінити себе і свою роль у суспільстві; вона вчиться жити і працювати в оточенні інших людей, пристосовувати до них свої бажання, прагнення, інтереси; колектив значною мірою стимулює творчу активність більшості людей, формує у них прагнення до удосконалення, до першості у змаганні.

Однак, потрібно мати на увазі, що у залежності від характеру самого колективу його вплив на особистість може бути як позитивним, так і негативним. Так, згуртований, але не націлений на конструктивну поведінку колектив, може негативно впливати на людину, змушувати її до антисоціальної поведінки.

Поняття колективізму включає постійну турботу членів колективу про його успіхи, прагнення протистояти тому, що роз'єднує, руйнує колектив. Колективізм - це також розвиток добрих традицій, упевненості кожного в своєму колективі. Відчуття колективізму не дозволяє його членам залишатися байдужими, якщо зачеплені інтереси колективу. В такому колективі всі важливі питання розв'язуються спільно і, по можливості, при загальній згоді. Для достовірно колективістських відносин характерна контактність. Під нею розуміються добрі особисті, емоційно сприятливі дружні, довірчі взаємостосунки членів колективу, що включають увагу один до одного, доброзичливість, пошана і тактовність. Такі взаємостосунки забезпечують в колективі сприятливий психологічний клімат, спокійну і доброзичливу обстановку.

Організованість виявляється в умілій взаємодії членів колективу, в безконфліктному розподілі обов'язків між ними, в добрій взаємозамінності. Організованість - це також здатність колективу самостійно знаходити і виправляти недоліки, попереджати і оперативно вирішувати виникаючі проблеми. Від організованості безпосередньо залежать результати діяльності колективу. Однією з умов успішної роботи колективу і встановлення довірчих взаємостосунків є добре знання членами колективу один одного і стану справ в колективі. Це знання називається інформованістю. Достатня інформованість припускає знання задач, що стоять перед колективом, змісту і підсумків його роботи, позитивних і негативних сторін, норм і правил поведінки. Сюди ж входить добре знання членами колективу один одного.

Ефективність розуміється як успішність рішення колективом всіх задач. Одним з найважливіших показників ефективності високорозвинутого колективу є над адаптивний ефект. Він є здатністю колективу як цілого добиватися результатів в роботі набагато більш високих, чим це може зробити така ж за чисельністю група людей, що працюють незалежно один від одного, не з'єднаних системою описаних відносин.

Показник прибутку дозволяє оцінити ефективність роботи організації в цілому, яка складається з ефективності використання кожного з організаційних ресурсів, зокрема кожного співробітника. Природно, що співробітники неоднаково виконують свої професійні обов'язки – в будь-якій організації є лідери, аутсайтери і середняки. Проте, щоб провести цю диференціацію, необхідно мати єдину систему регулярної оцінки ефективності виконання кожним співробітником своїх посадових функцій. Така система підвищує ефективність управління трудовим колективом організації через:

- позитивна дія на мотивацію співробітників. Зворотний зв'язок благотворно позначається на мотивації працівників, дозволяє їм скоректувати свою поведінку на робочому місці і добитися підвищення продуктивності;
- планування професійного навчання. Оцінка персоналу дає можливість визначити недоліки в кваліфікаційному рівні кожного співробітника і передбачити заходи по їх виправленню;
- планування професійного розвитку і кар'єри. Оцінка співробітників виявляє їх слабкі і сильні професійні якості, що дозволяє підготувати індивідуальні плани розвитку і ефективно спланувати кар'єру;
- ухвалення рішень про винагороду, просування, звільнення. Регулярна систематична оцінка співробітників надає керівництву організації можливість ухвалювати обґрунтовані рішення про підвищення зарплати, підвищення на посаді або звільненні.

Для того, щоб колектив згуртовано працював, доцільно створити систему оцінки, однаково збалансовану з погляду точності, об'єктивності, простоти і зрозумілості дуже складно, тому на сьогодні існує декілька систем оцінки персоналу, кожна з яких має свої достоїнства і недоліки. Проте найбільш поширеною є, безумовно, система періодичної атестації персоналу. Атестація персоналу є 1) метод оцінки персоналу організації; керівник періодично оцінює ефективність виконання посадових обов'язків за допомогою стандартних критеріїв; 2) кадрові заходи, покликані оцінити рівень праці, якостей і потенціалу особи вимогам виконуваної роботи; 3) процедура визначення кваліфікації, рівня знань, практичних навиків, ділових якостей працівника і встановлення ступеня їх відповідності посади. Мета атестації персоналу – підвищення ефективності використання кадрового потенціалу організації; по її результатах ухвалюється рішення про збереження або зміну атестуємої посади або системи мотивації його праці, необхідності додаткової підготовки.

Внесок працівника в організацію — це його зусилля, здібності, можливості тощо. Цей внесок задовольняє вимоги і потреби організації. Отже, наймаючи працівника, фірма очікує, що він застосує своє вміння у роботі. Натомість фірма інформує працівника про винагороду за умови, якщо він добре виконуватиме виробничі завдання. І внесок, і винагорода мають задовольняти обидві сторони. Якщо ж одна зі сторін відчує певний дисбаланс між внеском і винагородою, рішення про співпрацю може бути переглянуто.

Так, на нашу думку колектив відіграє важливу роль у житті людини, даючи їй змогу задовольнити соціальні потреби — у спілкуванні, взаємодії, причетності до певного соціуму і беручи на себе частину її турбот про безпеку та благополуччя. Він впливає і на розвиток та становлення людини як особистості, формування її світогляду, системи цінностей тощо.

З прагматичних позицій найважливішим завданням керівника є добір команди однодумців, від якості якої залежить тривалість успіхів і престиж фірми, підприємства. Механізм добору команди, керівників виробничих підрозділів і її адміністрації, як правило, зводиться до формування вимог до здобувача вакантної посади на основі характеру, спеціфіки роботи і конкретної ринкової ситуації, в якій йому доведеться працювати; розробки професійно-кваліфікаційної моделі кандидата на посаду; збору й обробки інформації про наявних

кандидатів (претендентів); розробки системи добору кандидатів, методів і критеріїв зіставлення їхніх позитивних і негативних сторін стосовно до професійно-кваліфікаційної моделі кандидата на дану посаду; вибору (добору) найбільш імовірних претендентів; оцінювання кандидатів за допомогою тестів або інших форм випробування в реальних посадових ситуаціях; остаточної оцінки і вибору реального кандидата на посаду; призначення обраного кандидата на посаду за прийнятою у фірмі процедурою.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом. навчальний посібник./ Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: ВД „Професіонал”, 2006р. – 512 с.
2. Белецкий Н.П. Управление персоналом: учеб. пособие [Текст] / Н.П. Белецкий, С.Е. Велеско, П. Ройш. – Мн.: Интерпрессервис, Экономперспектива, 2002. – 352 с.
3. Беляцкий Н.П. Управление персоналом: підручник для студентів економічних вузів [Текст] / Н.П. Беляцкий – М.: «Интерпрессервис», 2008. – 350 с.
4. Данюк В.М. Менеджмент персоналу [Текст] / В.М. Данюк, В.М. Петюх – К.: КНЕУ, 2005. – 398 с.
5. Федоренко В.Г. Основы менеджменту: підручник [Текст] / В.Г. Федоренко. – К.: Алерта, 2007. – 420 с.

Катерина Мартинова, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. кер. – Кифяк В.Ф.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЇ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

В даній статті розглянуто сучасний стан розвитку ринку поліграфічної промисловості, проведено аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств галузі та запропоновано основні напрями розробки та впровадження стратегії розвитку конкурентоспроможності підприємства.

Сучасне ринкове середовище являє собою цілий комплекс певних вимог до системи управління господарюючих суб'єктів, від яких у першу чергу залежить ефективність ведення бізнесу. Одним з основних вимог є успішна взаємодія елементів економічної системи в умовах активних дій з боку як внутрішнього, так і зовнішнього конкурентного навколишнього середовища.

Враховуючи те, що поліграфічні підприємства як суб'єкти виробничо-комерційної діяльності функціонують в умовах нестабільного ринкового середовища та конкурентного тиску з боку електронних засобів інформації, підвищення рівня управління конкурентоспроможністю поліграфічних підприємств з урахуванням вимог ринку обумовлює актуальність теми дослідження.

Метою статті є визначення факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств поліграфії.

В сучасній світовій літературі теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджуються досить широко, але вчені ще не прийшли до єдиного висновку щодо визначення конкурентоспроможності. Проблематиці управління станом конкурентоспроможності промислових підприємств присвячено наукові праці наступних зарубіжних учених: А. Вінта, Ж. Ламбена, Т. Мена, П. Нері, М. Портера, Р. Флагмана, М. Хорна та ін. Вагомий внесок у розроблення теоретико-методичних засад вирішення проблем управління промисловими підприємствами у контексті підвищення рівня їх конкурентоспроможності здійснили такі українські вчені: І. В. Багрова, О. А. Гавриш, Л. М. Ганущак-Єфіменко, В. Г. Герасимчук, В. В. Дергачова, Л. Є. Довгань, О. В. Зозульов, Я. Д. Качмарик, В. А. Павлов, В. Ю. Святненко, Н. О. Сімченко, Г. М. Скудар, Д. М. Стеченко, Н. П. Тарнавська, Л. М. Шульгіна, Г. К. Яловий, О. М. Ястремська.

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності підприємств промислово-виробничої сфери, в тому числі поліграфічних підприємств. Конкуренція є об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо.

Конкуренція (від лат. *conspicere* – зіштовхуюсь) – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, що виступають на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [5, с. 24]. Дія багатьох економічних законів відбувається у формі примусових сил конкурентної боротьби, в результаті чого конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною господарського механізму [10, с. 113].

Як складова частина господарського механізму, конкуренція діє через попит, пропозицію та ціни. Адам Сміт у своїй праці «дослідження про природу й причину багатства народів» розглядав конкуренцію як суперництво між продавцями та покупцями за найбільш вигідні умови продажу і купівлі відповідно [10, с. 423]. Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягала в тому, що він уперше сформулював головний принцип конкуренції – принцип «невидимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток – підприємців, «рука» змушує їх діяти відповідно до якого-небудь «ідеального» плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції.

Можна навести наступні визначення терміну «конкуренція» різними вченими-економістами: на думку Й. Шумпетера конкуренція – як суперництво старого з новим, тобто з новими технологіями, новими формами організації, новими товарами та ін. [4, с. 32]. П. Хейне вказував, що конкуренція – прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ [4, с. 40]. Видатний вчений Ф. Найт вважав, що конкуренція – це ситуація, в якій конкуруючих одиниць багато й вони незалежні [6, с. 190].

Аналіз структури й змісту формулювань і трактувань поняття «конкуренція» дає підстави зробити такі висновки:

1) поняття «конкуренція» запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності, тобто вони характеризують тільки один з безлічі аспектів конкуренції, установлених Адамом Смітом і самими авторами, кожний у своїй галузі дослідження;

2) різноманітні підходів до формулювання поняття: один автор під конкуренцією розуміє суперництво (боротьбу) фірм, тобто юридичних осіб, інші – суперництво фізичних осіб, треті – як наявність на ринку достатньої кількості продавців і покупців, четверті – ситуацію, п'яті – прагнення, шості – процес і т.д.;

3) наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем;

4) поняття не відображають конкуренцію як єдність статичної і динамічної суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах;

5) поняття не пов'язані із законодавством.

Понад 75% усіх підприємств в економічно розвинутих країнах конкурують на ринках, де збутова система функціонує в умовах монополістичної конкуренції. Конкурентне середовище заповнено великою кількістю малих і середніх підприємств, жодне з яких не має значної частки у загальному обсягу продаж. Ключова конкурентна особливість такого ринку – відсутність широко відомих лідерів, які можуть суттєво впливати на розвиток умов і тенденцій галузі [5, с. 5-11].

Крім того, розрізняють два види конкуренції: внутрішньогалузеву і міжгалузеву, які мають свої особливості [6, с. 31].

В основу організації факторів, що визначають характер та інтенсивність конкуренції галузі, покладена концепція рушійних сил конкуренції М. Портера. Він склав список елементів, що визначають конкурентоспроможність: «В будь-якій галузі економіки – неважливо, чи діє вона лише на внутрішньому ринку, чи на зовнішньому, – суть, конкуренції виражається п'ятьма силами: 1) загрозою появи нових конкурентів; 2) загрозою появи товарів чи послуг – заміників; 3) здатність постачальників і т. ін. торгуватись; 4) суперництвом уже наявних конкурентів між собою; 5) вплив покупців (збивають ціни, змагаючись за якість)» [5, с. 53].

Ця концепція є інструментом вивчення основного впливу конкуренції на ринок та здійснення оцінки сили і слабкості кожного з них. В переліку вказаних М. Портером сил, відсутня найважливіша сила, що визначає конкуренцію і керує нею – державна політика [6, с. 124]. Водночас на ринку всі сили, в тому числі й держава, діють не ізольовано, а в складному взаємозв'язку, який реалізується в стані кон'юнктури ринку. Тому аналіз конкурентних сил можна проводити у декілька способів:

1) вивчаючи стан і вплив кожної сили на конкуренцію окремо;

2) вивчаючи узагальнений вплив діючих сил на конкуренцію, який з'являється в кон'юктурі ринку;

3) вивчаючи стан впливу кожної сили на конкуренцію, визначаючи їх причинно-наслідкові зв'язки із станом економічної кон'юнктури.

Для формування системи управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах ринкової економіки необхідні: ретельний аналіз існуючих точок зору, критичне осмислення існуючих у світі підходів до конкурентоспроможності. З цією метою проаналізуємо визначення термінів «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства» різними вченими-економістами

Так, на думку Майкла Портера, конкурентоспроможність – це обумовлений економічними, соціальними та політичними факторами стан країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність – це властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку на рівні з аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин, що присутні на ринку [8, с. 231, с. 385].

Должанський І.З. вважав, що конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [7, с. 97]. Як пише в своїх працях Василенко В.О., конкурентоспроможність – це здатність комерційної організації робити і продавати конкурентоспроможний продукт; перевага даної конкретної організації стосовно інших організацій-конкурентів у даній галузі бізнесу [6, с. 114]. Покропивний С.Ф., під конкурентоспроможністю підприємства, визначає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку. Тобто, конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції [9, с. 201].

Наведені визначення дозволи узагальнити наукові підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства». На основі вивчення проаналізованих визначень сформовано авторський погляд щодо трактування цього поняття. Запропоновано визначати конкурентоспроможність підприємства як його здатність до реалізації наявних та потенційних виробничих, фінансових та управлінських можливостей ведення конкурентної боротьби за цільові ринки шляхом досягнення стабільності конкурентних переваг.

Розвиток ринкових стосунків у сучасному світі характеризується значним посиленням конкуренції, перетворенням її в гіперконкуренцію. Особливо це відчутно серед поліграфічних підприємств. Основними чинниками посилення конкуренції між виробниками поліграфічної продукції є збільшення науково-технічного прогресу, залучення на постійній основі інвестицій, впровадження інновацій і динамічного розвитку сучасних інформаційних технологій. Ефективне функціонування в умовах гіперконкуренції можливе лише при досить високому рівні конкурентоспроможності поліграфічного підприємства.

Поняття «конкурентоспроможність» підприємства було введено в науковий оборот М. Є. Портером і є базовим в управлінні, і буде існувати по відношенню до підприємства до тих пір, поки воно утримує конкурентну перевагу над конкурентами ринку. Конкурентна перевага характеризується ним як

«продуктивність використання ресурсів», де критерієм є рентабельність виробництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримати рентабельність, яка вище середньої для даної галузі чи сегмента ринку. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, якостей товару чи послуги, які створюють перевагу над конкурентами [8, с. 335].

Конкурентоспроможність підприємства - це здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку. Вона показує рівень розвитку цієї фірми порівняно з рівнем розвитку конкурентних фірм по ступеню задоволення своїми товарами потреб людей і по ефективності виробничої діяльності. На конкурентоспроможність підприємства значний вплив оказує соціальне середовище. Сучасне тлумачення поняття конкурентоспроможності як багатофакторного процесу реалізації конкурентних стосунків припускає найважливішу умову його здійснення – управління конкурентоспроможністю підприємства. [3, с. 70].

Пропонуємо таке визначення: управління конкурентоспроможністю підприємства – це система послідовних цілеспрямованих дій у взаємозв'язку з основними підсистемами (цільовою, забезпечення, функціональної та керуючої), які регулюють процес вибору стратегії розвитку підприємства, забезпечують конкурентоспроможність підприємства та продукції на вітчизняному і світовому ринках та сприяють стабільній фінансовій стійкості.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління. Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

1. нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;

2. використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

3. забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема - ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема – процесного, системного, ситуаційного.

В економіці України видавничо-поліграфічна галузь займає важливе місце, оскільки забезпечує інформаційні, наукові, освітні та культурні потреби суспільства у друкованій інформації.

Останнім часом спостерігається чіткий поділ видавничо-поліграфічної галузі на окремі підгалузі: видавничу, поліграфічну та книжкову торгівлю, кожна з яких прагне якнайменше залежати одна від одної, самостійно вирішувати нехарактерні для неї потреби. Даний поділ зумовлений реформуванням відносин і форм власності, приватизацією та реструктуризацією підприємств видавничо-поліграфічної галузі, порушенням принципів системності у взаємовідносинах суб'єктів видавничого ринку та побудовою нових ринкових відносин, що базуються на розумінні потреб зовнішнього середовища.

Підсистемами, що виробляють продукцію галузі, є видавництва, поліграфічні підприємства та компанії з тиражування записаних носіїв інформації (КВЕД 22.1. «Видавнича діяльність» (за новим стандартом 58), 22.2 «Поліграфічна діяльність» (за новим стандартом 18.1), 22.3. «Тиражування записаних носіїв інформації» (за новим стандартом 18.2)). Станом на 01.01.2014 р. до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції внесено 5526 суб'єктів видавничої справи (4359 – юридичні особи, 1167 – фізичні особи). Серед зареєстрованих суб'єктів займаються виготовленням поліграфічної продукції 678 підприємств та 1701 суб'єктів видавничої справи поєднують 2-3 види діяльності, тобто видавничу діяльність, виготовлення і розповсюдження видавничої продукції.

За останні роки спостерігається поступове збільшення суб'єктів на ринку поліграфічної продукції. Швидшими темпами кількість поліграфічних підприємств зростала у 2007-2009 роках, і менш повільне зростання спостерігається на останні 2 роки. На сьогодні сформовано 2 потужні центри, які знаходяться у м. Києві та Харківській області. Розподіл суб'єктів поліграфічної промисловості по областях (регіонах) виглядає наступним чином: Харківська область – 705, Донецька – 332, Дніпропетровська – 313, Львівська – 258, Одеська – 175, Київська – 161, Автономна Республіка Крим – 133, Луганська – 98, Вінницька – 97, Полтавська – 90, Запорізька – 83, Сумська – 77, Херсонська – 74, Черкаська – 77, Волинська – 75, Рівненська – 65, Тернопільська – 64, Івано-Франківська – 64, Хмельницька – 65, Закарпатська – 55, Чернівецька – 52, Миколаївська – 51, Чернігівська – 54; Житомирська – 40, Кіровоградська область – 29, м. Київ – 2200, Севастополь – 39.

Приведені дані засвідчують існування непропорційності розташування підприємств у регіонах, яка призводить до деформації структури промисловості, зменшення задоволення потреб споживачів у друкованій продукції.

Серед основних поліграфічних підприємств Чернівців та Чернівецької області можна назвати наступні: Чернівецька обласна друкарня, Хотинська районна друкарня, Сторожинецька районна друкарня, Путильська районна друкарня, Кельменецька районна друкарня, ТОВ «Колір-Друк», Буковинський Видавничий Дім, ТОВ «Поліграф-Сервіс», ТОВ «Технодрук», Видавництво «Рута», ТОВ «Місто», Видавництво ім. Александру Чел Бун, Видавництво «Книги-XXI», Видавництво «Буковина», ТОВ «Олексин І Ко» та інші.

Протягом досліджуваного періоду обсяг ринку поліграфічної продукції в Україні постійно зростає. Так, якщо наприкінці 2007 р. підприємствами поліграфічної промисловості було вироблено продукції на суму 7,4 млн. грн., то протягом 2014 року ця сума складала 10,5 млн. грн., зростання майже на 40 %.

Найбільше було виготовлено продукції по статті 22.22 «Інша поліграфічна діяльність» (91 %), яка включає у себе переважно виготовлення іміджевої продукції комерційного значення, і її показник зріс на 38 %, досягнувши значення 9,7 млн. грн. Другою статтею за показниками обсягу виробленої продукції є 22.21 «Друкування газет» (4 %), яка має значно менші показники, і на протязі 2007-2014 рр. знижується з 0,45 млн. грн. у 2007 році до 0,34 млн. грн. у 2014 році.

На сучасному етапі розвитку поліграфічної промисловості, для забезпечення її ефективного функціонування, необхідне запровадження різного роду інновацій. У результаті організації інноваційної діяльності нові знання трансформуються у прогресивну техніку, технологію, нові товари, послуги, вищу професійну майстерність робітників, нові організаційно-управлінські прийоми та методи.

Технічний рівень оснащення поліграфічних підприємств на сьогодні нижче середнього, і потребує оновлення на інноваційній основі. Саме тому найбільший інтерес у поліграфічній промисловості становлять інновації техніко-технологічного характеру, оскільки вони пов'язані з якісним оновленням виробничої бази підприємств, освоєнням нових видів продукції та послуг.

Останнім часом запровадження інновацій надає змогу підвищувати рівень гнучкості й автоматизації офсетних друкарських машин. Також, активно впроваджуються комбіновані друкарські машини, що поєднують в собі можливості різних технологій (офсетного друку і флексографії).

У світовій друкарській діяльності активно впроваджуються інформаційні технології. Сучасні комп'ютерні технології до друкарської підготовки видань розрізняються, насамперед, ступенем комп'ютеризації поліграфічних процесів. Найбільш поширеними натеper у світі є: традиційна технологія підготовки видань «computer-to-film» (комп'ютер-фотоформа); технологія, яка нині динамічно впроваджується у практику, «computer-to-press» (комп'ютер-відбиток) та найперспективніша для розвитку технологія «computer-to-plate» (комп'ютер-пластина). Їх впровадження сприяє скороченню тривалості процесів до друкарської обробки, зменшення матеріальних та операційних витрат, підвищенню якості друкованої продукції [6, с. 99–100].

Що стосується Чернівецької області, то тут функціонують 52 поліграфічних підприємства, одним з яких є ТОВ «Ант Лтд». Під час дослідження конкурентоспроможності ТОВ «АНТ ЛТД» та проведення SWOT-аналізу виявлено сильні та слабкі сторони, можливості і загрози. Так, до сильних сторін можна віднести: 1) відносно невеликий штат підприємства; 2) в компанії працюють висококваліфіковані спеціалісти; 3) невисока ціна видань; 4) гнучка політика керівництва.

До слабких сторін підприємства можна віднести: 1) відсутня чітко сформульована стратегія розвитку; 2) недостатньо високий прибуток; 3) затягування термінів партнерами при розрахунку за надані послуги з випуску продукції

До можливостей відноситься: 1) розширення виробничої лінії; 2) вихід на нові ринки; 3) налагодження роботи з постачальниками інших регіонів.

Загрозами для підприємства є: 1) поява нових видань-конкурентів; 2) збільшення цін на матеріали; 3) несприятливі зрушення в курсах валют.

Це сприяло обґрунтуванню, розробці та впровадженню стратегічного розвитку підприємства.

Отже, дослідивши стан поліграфічної промисловості, можемо зробити наступні узагальнення: істотним недоліком сучасного господарсько-правового регулювання поліграфічної промисловості є відсутність правового механізму обов'язкового моніторингу стану підприємств і вивчення потреб сучасної поліграфічної промисловості. Такий моніторинг, на нашу думку, має стати передумовою стимулювання промисловості та надасть можливість, урахувуючи економічні особливості розвитку поліграфічної промисловості, розробити основи економічної, зокрема галузевої, політики поліграфії. Таким чином, щоб підприємства поліграфічної промисловості в цілому та ТОВ «Ант Лтд», зокрема, мали можливість гнучко адаптуватися до умов ринку, які постійно змінюються, вони повинні не тільки збільшувати обсяги виробництва, але й правильно оцінювати ситуацію, яка склалася на ринку та можливості своїх конкурентів, за рахунок отриманих даних про зовнішнє середовище, про власні виробничі можливості.

Список використаних джерел:

1. Архипов, А. М. Теоретические вопросы современных конкурентных стратегий/ А. М. Архипов //Финансы и кредит. - 2008. - N 21. - С.60-69
2. Белкин, В. Г. Динамические способности как фактор конкурентоспособности предпринимательских структур/ В. Г. Белкин, О. В. Хлыстова //Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - N 4. - С. 35-44
3. Белова, Т. Г. Визначення конкурентоспроможності підприємства за показниками маркетингової діяльності/ Т. Г. Белова, А. О. Крижко //Формування ринкових відносин в Україні. - 2012. - N 5. - С. 112-116.
4. Богомолова, И. П. Эффективная организация структуры управления маркетингом как способ повышения конкурентоспособности предприятия/ И. П. Богомолова, З. В. Гаврилова //Управление персоналом. - 2008. - N 17. - С.47-51
5. Ерешко, Ю. О. Вибір амортизаційної політики з точки зору управління конкурентоспроможністю інвестиційного проекту/ Ю. О. Ерешко //Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - N 9. - С. 181-183
6. Василенко В. О. Стратегічне управління [текст]: підр. – К.: ЦУЛ, 2013. – 396 с.
7. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства [текст]: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 384 с.
8. Портер М. Конкуренция. [текст]. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2011. – 495 с.
9. Результаты та ефективність. Економіка підприємства [текст]: підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропівного; КНЕУ. – К., 2011. – 526 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [текст]: Р.А.Фатхутдинов.- М. :Маркетинг, 2012.- 886 с.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто значення та особливості інноваційного менеджменту, його роль у розвитку та покращенні, підвищенні ефективності діяльності підприємства. Проаналізовано якості, функції, принципи та завдання інноваційної діяльності.

У сучасних умовах спрямованості економіки України на підвищення конкурентоспроможності підприємств, важливого значення набуває активізація інноваційної діяльності. Без цього буде неможливим суттєве оновлення ринкового сектора, здійснення прогресивних структурних зрушень у країні, забезпечення постійного соціально-економічного розвитку країни.

У наш час інновації застосовуються практично у всіх сферах людської діяльності. Здійснюють суттєвий вплив на процес господарювання, змінюють соціально-економічні відносини в суспільстві. Постійні та неперервні інновації стають природною та необхідною формою існування будь-якого підприємства. Вони забезпечують його виживання на ринку та конкурентоспроможність.

Інноваційна діяльність підприємства виступає одним із найвагоміших чинників, що дає змогу підприємству займати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами у галузі, яка виступає сферою його інтересів. Інновації є важливою частиною господарської діяльності підприємства, яка спрямована на оновлення і покращення його діяльності та організаційно-економічних відносин. Інноваційна діяльність включає науково-технічну, організаційну, фінансову й комерційну діяльність і виступає однією з найважливіших складових просування нововведень.

Дослідженням інноваційного менеджменту та розробкою ефективної системи управління діяльністю підприємства займалися такі вітчизняні і зарубіжні науковці, як Б. Кугана, П. Завлін, Л. Даниленко, Ю. Аванесов, С. Ільїнкова, А. Подрейко, Ф. Половцев, П. Герчикова, О. Ісайкіна, С. Корольок, В. Андрущенко, В. Маслова, І. Герчикова, Г. Ковальов, В. Денисюк, Н. Погрібна, І. Дахно, Г. Серіков, І. Шумпетер, І. Балабанов, Л. Ващенко та інші.

На думку С. Ільїнкової, інноваційний менеджмент – сукупність принципів, методів і форм управління інноваційним процесом, інноваційною діяльністю та персоналом, зайнятим цією діяльністю [3, с.54].

На думку Г. Ковальова інноваційний менеджмент виступає як системою управління економічним розвитком. У такому випадку менеджмент охоплює крім економіко-технічних проблем ще й проблеми світогляду, адже для їх вирішення потрібні радикальні зміни, пов'язані з ґрунтовним впровадженням іновачій [1, с.67].

І. Шумпетер у своїх поглядах частково ототожнює підприємницьку та інноваційну діяльність, говорячи про те, що інновація – це нова комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом [3, с.55].

Актуальність обраної теми зумовлюється тим, що в Україні в умовах складних економічних процесів залишаються невирішеними безліч теоретичних та практичних питань щодо управління інноваційною діяльністю підприємств. Інновації виступають інструментом впливу на соціально-економічний процес розвитку суспільства. Тому, ними необхідно управляти. Даний процес управління – інноваційний менеджмент.

Метою дослідження є визначення особливостей інноваційного менеджменту в діяльності підприємства, його функцій, принципів та завдань.

Предметом дослідження є процес забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємства за допомогою інноваційного менеджменту.

Об'єктом дослідження є процес впровадження інноваційного менеджменту на підприємстві.

Проблема інноваційного менеджменту та його значення для комерційної діяльності є загальнонауковою, оскільки це предмет досліджень багатьох наук: менеджменту, економіки, соціології, психології.

Інноваційний менеджмент – підсистема менеджменту, метою функціонування якої виступає управління інноваційними процесами на підприємстві за допомогою принципів, ціннісних орієнтирів, організаційних форм, зв'язків і економічних відносин, які регулюють різні сфери інноваційної діяльності [1, с.28].

Інноваційному менеджменту, як і будь-якій іншій системі притаманні ряд таких якостей: взаємозв'язок і взаємодія всіх компонентів системи; цілісність, узгодженість і синхронність у часі, узгодженість з місією і цілями організації; адаптивність, гнучкість до змін середовища; автономність елементів організаційної структури, функцій управління; багатофункціональність і багатоаспектність (здатність до перенастроювання, переорієнтації, оновлення) [2, с.137].

Інноваційний процес є спрямованим на втілення наукових досліджень і розробок у практичну діяльність. Він забезпечує вдосконалення структури підприємства відповідно до визначених цілей, ефективність системи управління, злагодженість і чіткість взаємозв'язків підсистем. Розвиваючи інноваційний механізм управління, запроваджуючи інноваційні перетворення, підприємство має враховувати закономірності та закони розвитку навколишнього середовища. Виникає необхідність, виробити систему методів і принципів розробки та реалізації управлінських рішень у сфері інноваційної діяльності.

Діяльність підприємства проводиться на основі визначеної стратегії, за допомогою впровадження нововведень, які визначають рівень його ефективності, організованості та конкурентоздатності.

Основними функціями, які відображають зміст інноваційного менеджменту як процесу є [1, с.186]:

1. Прогнозування – передбачає прогнозування науково-технічного розвитку на тривалу перспективу, науково-обґрунтовану думку про можливі зміни техніко-економічного, технологічного, соціального стану об'єкта управління в цілому і його окремих частин.

2. Формування інноваційних цілей (планування) – полягає в обґрунтуванні напрямів інноваційної діяльності відповідно до прийнятих прогнозів та цілей розвитку, можливостей ресурсного забезпечення, інноваційного потенціалу організації, попиту ринку.

3. Організація – забезпечує раціональне поєднання в просторі та часі всіх елементів інноваційного процесу, здійснює розподіл відповідальності, ризику і повноважень суб'єкта управління інноваціями.

4. Координація (керівництво) – означає процес узгодження діяльності всіх ланок системи управління, апарату управління, підрозділів і окремих спеціалістів.

5. Мотивація і стимулювання – виявляється у спонуканні працівників до зацікавленості в результатах праці зі створення і реалізації інновацій.

6. Контроль – полягає у перевірці організації інноваційного процесу, плану виконання створення новинок, реалізації інновацій.

Дані функції направлені на забезпечення впровадження та ефективного застосування інноваційного менеджменту на підприємстві. Тільки поєднання всіх наведених функцій дає можливість налагодити систему інноваційного менеджменту.

Завдання системи менеджменту організацій при використанні інноваційного підходу [3, с. 164]:

1. Забезпечити платоспроможність та фінансову стабільність суб'єктів підприємництва у процесі впровадження інноваційних програм.

2. Мінімізувати ризики інвестиційної діяльності, які можуть призвести до не тільки до втрати прибутків, але й частини інвестиційного капіталу.

3. Максимізувати прибутки від введення нововведень. (обирати такий об'єкт, який зможе забезпечити найбільшу суму чистого прибутку у порівнянні з вкладеним капіталом).

4. Визначити варіанти пришвидшення реалізації інвестиційних програм.

5. Забезпечити високий темп економічного розвитку підприємства через провадження ефективної інвестиційної діяльності.

Діяльність підприємства передбачає велику сферу організаційної роботи, яка спрямована на задоволення попиту населення та одержання прибутку. Управління діяльністю підприємства направлене на підвищення ефективності його функціонування та досягнення кінцевих запланованих цілей підприємства, підвищення його ринкової вартості.

Для ефективного управління інноваційною діяльністю на підприємстві необхідно дотримуватися таких принципів [2, с. 57]:

1. Принцип ризику – передбачає та здійснює врахування можливих ризиків інноваційної діяльності та шляхів їх уникнення чи мінімізації.

2. Принцип економії полягає у впровадженні інноваційних програм, які в дадуть змогу підприємству зменшити витрати коштів, часу, праці.

3. Принцип прибутковості та поверненості полягає у тому, що відбудеться окупність та прибутковість вкладених в інноваційну діяльність коштів, оскільки інновації є ризиковими інвестиціями.

4. Принцип взаємоузгодженості передбачає відсутність суперечностей між цілями підприємства та його стратегією, інноваційною діяльністю та маркетинговою спрямованістю.

5. Техніко-економічний принцип направлений на об'єктивну оцінку власних можливостей підприємства з реалізації та фінансування інноваційних програм.

6. Принцип ритмічності полягає у періодичному чи постійному здійсненні інноваційної діяльності підприємством, що дасть змогу не лише забезпечити стабільний темп оновлення, але й дасть змогу оптимально розподіляти та використовувати фінансові ресурси підприємства.

7. Принцип адаптації передбачає можливість підприємства швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі та оперативно реагувати на них.

8. Принцип масштабності передбачає можливість залучення внутрішніх та зовнішніх ресурсів підприємства.

Дотримання всіх наведених принципів підвищує результативність управління інноваційною діяльністю на підприємстві та дає змогу налагодити взаємоузгоджену систему інноваційного менеджменту.

Інноваційна діяльність пов'язана з ризиком більше, ніж інші напрями комерційної діяльності. На великих підприємствах цей ризик значно менший, так як перекидається масштабами звичної господарської діяльності. Гарантія позитивного результату від впровадження інновацій в інноваційній діяльності практично відсутня [1, с. 185].

Складність у здійсненні ефективної інноваційної діяльності часто полягає у неможливості доведення технологічних і конструкторських розробок до практичного застосування, високій невизначеності можливості досягнення передбачених фінансових та комерційних результатів підприємства. Кожен керівник має пам'ятати про те, що процес управління інноваційною діяльністю повинен носити комплексний характер та потребує від керівника створення певних відповідних умов, дотримання здійснення впровадження інновацій за визначеними етапами. Необхідною умовою вдосконалення інноваційної діяльності має стати визначення можливостей підвищення її результативності за рахунок настання ефекту від впровадження інновацій.

Для ефективного розвитку інноваційної діяльності підприємства необхідно, щоб керівництво та персонал володіли системою знань, що передбачають наявність у них професійних та базових знань, що засновані на універсальних законах розвитку, управлінських знань, що дають можливість керувати інноваційною діяльністю для розвитку підприємства, що у кінцевому результаті несе позитивний вплив на інноваційний розвиток, як самого підприємства, так і всього суспільства.

Отже, інноваційний менеджмент націлений на забезпечення ефективного функціонування інноваційного процесу в рамках підприємства з метою створення можливості підвищення його конкурентоспроможності на ринку в довгостроковій перспективі. Інноваційне управління створює умови як виживання, так і зростання підприємства, підвищення його ринкової вартості, нарощення капіталу та розширення діяльності.

Список використаних джерел:

1. Завлина П.Н. Основы инновационного менеджмента : Теория и практика : учебное пособие / П.Н. Завлина. – М. : «Экономика», 2006. – 222 с.
2. Кирина Л.В. Стратегия инновационной деятельности предприятия : сборник научных трудов / Л.В. Кирина, С.А. Кузнецова – Новосибирск, 2007. – № 18 – 432 с.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент : учебное пособие для вузов / Ю.П. Морозов – М. : «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. – 321 с.

Ганна Милинка, б курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», д/ф,

Наук. кер. – Бутирська І.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті проаналізовано особливості формування системи стратегій підприємства у конкурентному середовищі. Визначено склад системи стратегій організації за рівнем її диверсифікації та обсягами діяльності з метою досягнення конкурентних переваг.

В умовах конкурентного середовища, що характеризується безперервним розширенням і відновленням асортименту товарів, зростанням вимог покупців до асортименту та якості, необхідністю постійної адаптації асортименту до вимог ринку, питання вибору і розробки портфеля стратегій набувають особливої актуальності. Професійно сплановані та науково обґрунтовані стратегії сприяють залученню нових покупців, зростанню популярності підприємства на ринку, поліпшенню його репутації, а отже, зростанню обсягу збуту та ступеня використання потенціалу ринку. При цьому стратегічне управління визначається як процес, за допомогою якого здійснюється взаємодія організації з її оточенням [1, с.190].

Система стратегій організації може мати різне смислове і структурне наповнення, що визначається особливостями об'єкта стратегічного планування. Для багатофункціональної структурованої організації необхідною є розробка системи стратегій, що містить корпоративну (загальну), конкурентні, функціональні, операційні і територіальні стратегії. При розробці системи стратегій підприємства слід враховувати стадію життєвого циклу товарів, їх якість і конкурентоспроможність на ринку, ширину та глибину асортименту, наявність товарів-замінників і товарів-новинок тощо.

Корпоративна (загальна) стратегія - це портфельна стратегія, що повинна об'єднувати декілька конкурентних стратегій. Від корпоративної стратегії вимагають, насамперед, заяву про напрям, навколо якого координуються всі функціональні види діяльності. Кожна стратегія повинна мати свою архітектуру, що відображає розуміння її розробниками суті стратегічного підходу в управлінні.

Найпоширенішим є підхід, згідно з яким корпоративна стратегія має такі складові:

- визначення характеру діяльності, в якій описується ринкова сфера, де організація планує вести конкуренцію; особливості потреб споживачів, які слід задовольнити, технології, необхідні для задоволення цих потреб; масштаб видів діяльності стосовно ланцюга цінностей; канали, за допомогою яких планується забезпечити доступ до ринкової сфери діяльності;
- стратегічна спрямованість, яка визначає, яким чином корпорація має намір отримати і підтримувати конкурентну перевагу; тип інвестицій і грошових потоків, які необхідні для виконання даної стратегії;
- цілі, у вигляді яких виступають намагання корпорації досягти результатів у майбутньому.

Названі елементи повинні становити основу корпоративної стратегії підприємства, яка не повинна змінюватися досить часто, якщо тільки обставини не зміняться відносно головних припущень, на основі яких ця стратегія буде сформована.

Розглянемо тепер детально систему стратегій для підприємства.

Конкурентна стратегія спрямована на окрему сферу діяльності організації і ґрунтується на діях і прийомах, що мають забезпечити її успішну діяльність в одній специфічній сфері. За дуже лаконічним висловом Дж. Дея, в якому не можна знайти неточності або помилових суджень, конкурентна стратегія – це "сукупність інтегрованих дій, призначених для забезпечення конкурентної переваги".

Конкурентна стратегія підприємства може передбачати як наступальні, так і оборонні дії, які застосовуються залежно від змін ситуації на ринку. Крім того, конкурентна стратегія об'єднує короткострокові заходи, від яких залежать майбутні конкурентні можливості товариства та його позиція на ринку [2].

Слід підкреслити, що конкурентна стратегія може стосуватись усієї організації або одного з її структурних підрозділів (конкурентна бізнес-стратегія). Взагалі переважна більшість стратегій належить до категорії конкурентних. Виняток становлять лише стратегії суб'єктів на неконкурентному ринку, а також частина функціональних стратегій, реалізація яких не пов'язана безпосередньо з конкурентним протистоянням суперників.

Функціональні стратегії потрібно розробляти для кожного функціонального напрямку діяльності підприємства. Вони носять підпорядкований головній корпоративній стратегії характер. Основною вимогою до системи функціональних стратегій є відсутність суперечностей між ними і забезпечення умов для взаємного посилення.

Можна сказати, що функціональні стратегії слугують конкретизації конкурентних стратегій, оскільки останні планомірно відображають вплив на окремі функції. Одночасно функціональні стратегії виконують координуючу роль, встановлюючи взаємоприйнятні принципи і правила прийняття рішень та дій усередині окремих підрозділів підприємства та між ними. Функціональні стратегії можуть розроблятися у товаристві частково як самостійні стратегії, за умови їхнього підпорядкованого зв'язку з конкурентними стратегіями.

Операційна стратегія – це вузька стратегія структурних підрозділів. Вона повинна розроблятися всередині функціональних напрямів.

Лінійні стратегії також носять підпорядкований характер і призначені для окремих підрозділів, сфера бізнесу яких співпадає із загальним корпоративним рівнем. Якщо підприємство має відокремлені підрозділи, то

необхідно розробляти регіональну стратегію, зорієнтовану на принципові підходи стосовно досягнення специфічних цілей на різних ринках різних товарів.

Склад системи стратегій організації визначається рівнем її диверсифікації та обсягами діяльності. Декілька конкурентних стратегій можуть існувати лише у диверсифікованій корпорації, а наявність функціональних та операційних стратегій залежить від розмірів організації та рівня прогресивності її системи управління.

Для торгівлі характерна значна різноманітність типів торговельних підприємств, чим і пояснюється варіативність складу системи їхніх стратегій. Визначення типу торговельного підприємства становить досить складне завдання, оскільки необхідно підібрати класифікаційні ознаки, які можна було б застосовувати для усіх типів підприємств. Крім того, кожний із видів діяльності підприємства має свій склад системи стратегій та глибину їхнього наукового обґрунтування й конкретизації. При цьому слід підкреслити, що представлені на ринку роздрібні магазини входять до складу торговельної мережі. Це означає, що для кожного із необхідно сформувати окрему територіальну стратегію.

З урахуванням особливостей організаційної побудови і обсягів діяльності підприємства можна визначити перелік доцільних видів стратегій, які сформують систему його стратегій (табл. 1).

Таблиця 1

Види стратегій для різних напрямків діяльності підприємства

Типи підприємств	Види стратегій			
	Корпоративна (загальна)	Конкурентні	Функціональні	Регіональні
Мережа роздрібних магазинів товариства	+	+	+	+
Магазин з обмеженим асортиментом однотипних товарів	+			+
Магазин-склад	+			

Магазини з обмеженим асортиментом однотипних товарів діють на одному конкурентному ринку, що обумовлює єдність їхньої конкурентної та загальної стратегії товариства. При цьому розробка функціональних стратегій не є доцільною з причини включення функціональних аспектів діяльності таких підприємств до загальної стратегії товариства та стратегій торговельної мережі у цілому. Торговельна мережа, яка об'єднує магазини одного формату, повинна розробляти весь комплекс стратегій для них. Виняток можуть скласти лише деякі функціональні стратегії, зміст яких визначається централізовано і знаходиться відображення у корпоративній стратегії підприємства. Крім того, для конкурентних стратегій територіальних мережевих одиниць характерна регіональна специфіка, формування якої не підлягає корпоративній централізації.

Розробка комплексу стратегій підприємства вимагає їх системного узгодження. У межах системи стратегічного планування необхідно розробити таку комбінацію конкурентних, функціональних та регіональних стратегій, яка б дозволила оптимальними методами досягти загальних цілей корпоративної стратегії підприємства. Під час розробки конкурентних стратегій, що здійснюється з точки зору корпоративних інтересів в цілому, необхідно встановити, на яких полях бізнесу має намір надалі діяти товариство і в якому співвідношенні повинні знаходитись ці окремі поля бізнесу.

При формуванні корпоративної стратегії розглядається загальна сфера діяльності, що представлена портфелем полів бізнесу, до якого можуть бути включені нові напрями діяльності, ліквідовані старі. Формування конкретних стратегій здійснюється з точки зору інтересів окремих сфер бізнесу, але в межах загальних корпоративних цілей.

При розробці конкурентних стратегій потрібно оцінити конкурентні позиції підприємства на окремих товарних ринках і необхідний для цього потенціал. У межах корпоративної стратегії здійснюється зведення з урахуванням оберненого зв'язку всіх конкурентних стратегій та потенціалу сфер бізнесу, тим самим встановлюються бажані з точки зору корпорації напрями розвитку. Таким чином, на обох рівнях управління – корпоративному і конкурентному, вирішуються однакові завдання планування сфер діяльності і потенціалу підприємства.

При цьому нові для підприємства сфери бізнесу з відповідними ресурсами повинні плануватись тільки у складі корпоративної стратегії. Крім того, конкурентні стратегії інтегруються з функціональними і регіональними стратегіями. На корпоративному рівні об'єднуються і гармонізуються функціональні, регіональні і конкурентні стратегії окремих полів бізнесу, що особливо важливо для багатопрофільного підприємства.

Ефективний розвиток корпоративних сфер бізнесу вирішальною мірою визначається якістю обраних конкурентних стратегій, придатних для застосування на окремих ринках, де представлене підприємство. При цьому необхідно наголосити, що успіх у торговельній діяльності матимуть ті суб'єкти ринку, які зрозуміли, що основою будь-якої конкурентної стратегії у торгівлі має бути концепція орієнтації на споживача. Її суть полягає у врахуванні потреб споживачів, які швидко змінюються; встановленні цін, що відповідають уявленням покупця про якість даного товару; концентрації уваги на досягненні цілей, які спрямовані на зростання задоволення потреб споживачів; усвідомленні стратегічної значимості для підприємства залучених покупців, яких слід утримати від можливості переорієнтації на інші підприємства.

Загальне враження покупців від торговельного підприємства, яке об'єднує усі формати його роботи, що стимулюють або, навпаки, стримують потенційних покупців. До них належить досить широкий спектр обставин, значимість яких має індивідуальний характер. Це – зручність часу роботи підприємства, оформлення торгової зали, наявність умов зручного паркування тощо.

У сучасних конкурентних умовах, коли якість товарів і певною мірою їхня ціна мають близькі для даного ринку параметри, на перший план виходять фактори, що безпосередньо не пов'язані з товарною пропозицією. Якщо яка-небудь частина вражень від підприємства виявиться незадовільною, споживачі та партнери можуть відмовитися від купівлі потрібного їм товару і піти до конкурента. Отже, головне завдання полягає у тому, щоб сподівання споживачів на дане підприємство обов'язково виправдались.

Неповторність конкурентної стратегії забезпечується шляхом конкретизації засобів реалізації напрямів конкурентної діяльності, в основі яких має бути обрана модель досягнення підприємством конкурентних переваг. При цьому підприємство досягне конкурентного успіху тоді, коли зможе перевершити інших в якому-небудь аспекті своєї конкурентної стратегії. Це забезпечить йому набуття статусу цільового торговця, який свідчить, що споживачі настільки відрізняють дане підприємство від інших, що стають його прихильниками і спеціально будуть відвідувати для здійснення покупок.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л.Є., Стратегічне управління: Навчальний посібник [Текст] / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
2. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. [Текст] / А. П. Міщенко – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.

Олена Москалюк, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А.Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОБЛІК ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

Автор розкриває сучасні умови функціонування та структуру житлово-комунального господарства. Особливу увагу в статті приділено висвітленню галузевих особливостей підприємств ЖКГ та їх вплив на зміст витрат виробництва та їх облікове відображення.

Житлово-комунальний комплекс представляє собою сферу, метою функціонування якої є забезпечення умов та належного рівня життєдіяльності населення та функціонування міст, надання якісних послуг. Цей комплекс має складні технології, власні виробничі потужності, мережі інженерних споруд та комунікацій, який знаходиться під впливом ринкових відносин і є об'єктом соціального значення. Тому, актуальними є питання розробки заходів щодо зростання ефективності й результативності діяльності підприємств житлово-комунального господарства на розроблених на основі результатів аналізу стану та особливостей його функціонування.

Вирішенню проблем та особливостей функціонування підприємств житлово-комунального господарства присвячуються розробки: О. В. Димченко, Т. М. Качали, М. О. Кизим, А. П. Скорик, О. М. Тищенко, С. Ю. Юр'євої, Т. П. Юр'євої та багатьох інших.

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) – важлива соціальна галузь, яка забезпечує населення, підприємства і організації необхідними житлово-комунальними послугами. ЖКГ включає комплекс галузей та видів економічної діяльності, об'єднаних цілями діяльності, власністю та підпорядкованістю. У цілому ЖКГ складається з двох основних галузей – житлового господарства і комунального господарства, які, у свою чергу, поділяються на підгалузі.

Значення житлово-комунального господарства в економіці країни визначається тим, що у цій галузі використовується близько 25% основних засобів і зайнято 5% працездатного населення країни, а від його діяльності залежать не лише умови проживання та здоров'я людей, а часом і їх життя. Виробнича структура житлово-комунального господарства України включає більш ніж 30 видів діяльності, має у своїй системі більш 50 тисяч підприємств та забезпечує зайнятість близько 4 млн. чол.

Структура та склад житлово-комунального господарства є розгалуженим та включає в себе такі складові елементи: 1) санітарно-технічні підприємства (водопровід, каналізація, санітарно-технічне очищення); 2) підприємства міського транспорту (трамваї, тролейбуси, метрополітен); 3) підприємства комунальної енергетики (електричні, газові, теплорозподільні мережі, освітлення, об'єкти комунальної енергетики, котельні, електростанції та теплоелектростанції); 4) підприємства, що займаються міським благоустроєм (шляхове господарство, озеленення, вуличне освітлення та ін.); 5) підприємства комунального обслуговування (готелі, пральні ті ін.) (рис. 1).

Як стверджує Н.О. Гура [3, с.12], що серед основних специфічних ознак господарювання підприємств житлово-комунального комплексу варто виділити наступні:

1) поєднують в собі виробничі та невиробничі функції: виготовлення матеріальних продуктів праці та надання послуг;

2) специфіка виробництва в житлово-комунальному господарстві обумовлює високу фондомісткість цієї галузі. Питома вага основних фондів у загальній структурі активів підприємства складає 98%;

3) Висока соціальна значущість та контроль з боку споживачів. Згідно з результатами досліджень, проведених центром соціальних технологій «Соціополіс» жителі українських міст, негативно оцінюють функціонування житлово-комунальної сфери. Понад 70% опитаних споживачів вважають, що якість одержаних ними житлово-комунальних послуг є незадовільною, близько 25% оцінили їх як задовільні і лише менше 5% опитаних – як добрі. У результаті оцінки визначено, що найбільш актуальними проблемами є низька якість наданих послуг та необґрунтована тарифна політика. Понад 60% опитаних вважає, що тарифи на послуги ЖКГ є занадто високими, а 31% – що існуючі тарифи не відповідають якості надаваних послуг [6];

4) державне регулювання та обмеження діяльності (наприклад стосовно встановлення тарифів на послуги). Тобто здійснюється контроль з боку державних органів за рівнем якості наданих послуг та встановленими на них тарифами;

5) поєднання комерційних та некомерційних інтересів;

6) розташування об'єктів підприємств житлово-комунального господарства в залежності від місця надання та споживання послуг (локалізація). Потужність підприємств залежить від територіальних особливостей населених пунктів та чисельності населення. Найбільш повне охоплення міста мережами, спорудами та

пристроями підприємств ЖКГ та найближче розташування до територіального розміщення населення, дозволяє надавати якісніші послуги;

7) екологічний та санітарно-епідеміологічний контроль. Вплив діяльності житлово-комунальних підприємств на екологію територій та регіонів в цілому обумовлює об'єктивну необхідність здійснення відповідних видів контролю;

8) підприємства житлово-комунального господарства не тільки виробляють продукцію або надають послуги, а і безпосередньо реалізують їх населенню без допомоги торгових або інших посередницьких організацій;

9) значна роль органів місцевого самоврядування в організації здійснення діяльності підприємств ЖКГ. Оскільки органи місцевого самоврядування повинні забезпечувати належний рівень життя населення регіону, закономірним є здійснення контролю за діяльністю підприємств житлово-комунального господарства як основної галузі, без якої неможливе забезпечення достойного рівня життєдіяльності [7].

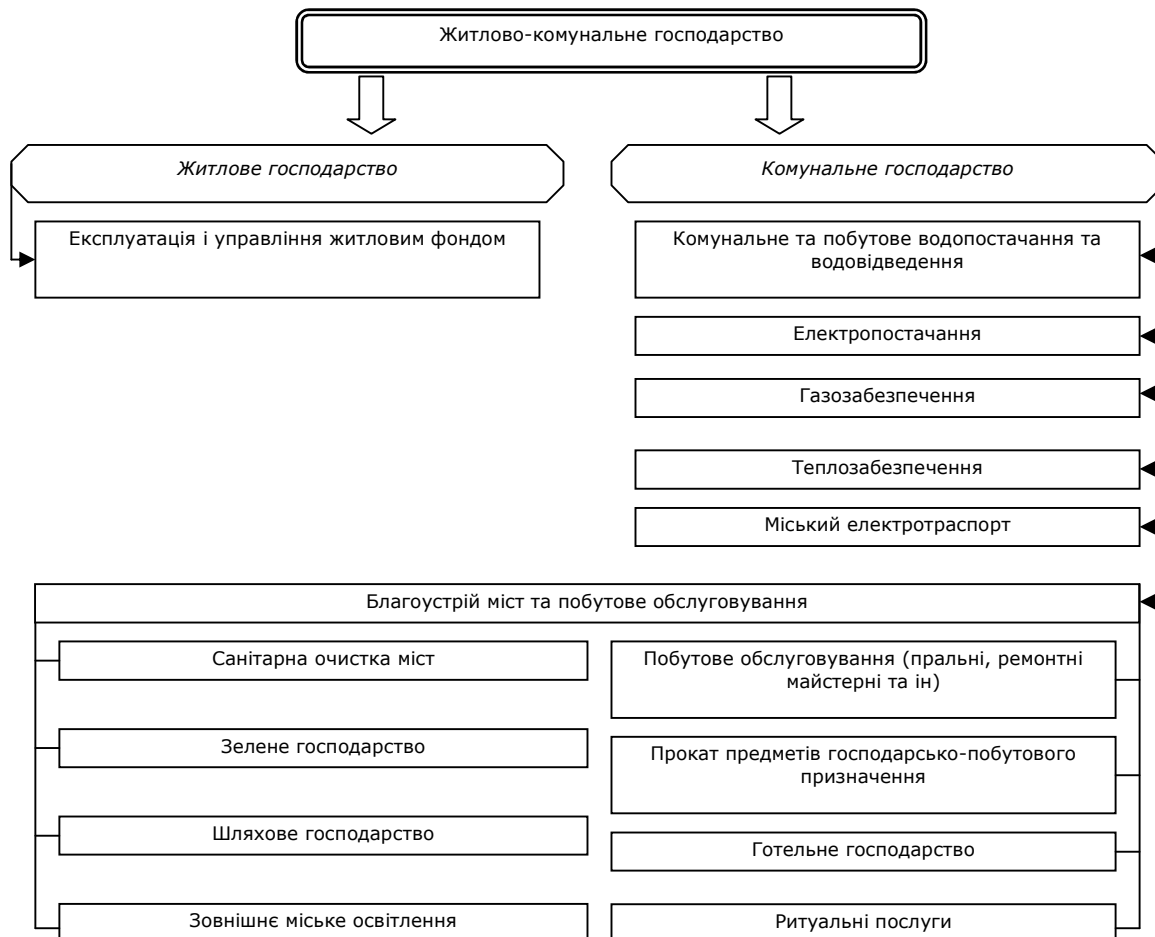


Рис. 1. Структура житлово-комунального господарства України

Дещо інший ракурс на це питання у П.Й. Атамаса, який виділяє наступні пункти:

- 1) високий рівень комплексності, великі площі обслуговування, різноманітність видів робіт;
- 2) одночасність та місцевий характер виробництва і споживання послуг, а отже – відсутність запасів готової продукції;
- 3) специфічна структура основних засобів та витрат;
- 4) неможливість відмови від житлово-комунальних послуг;
- 5) специфічність взаємовідносин та розрахунків із споживачами послуг;
- 6) монополізм галузі та невизначеність питань власності [1, с.300].

Варто відмітити ще одну важливу особливість діяльності підприємств житлово-комунального господарства – це результат їх виробничого процесу – житлово-комунальна послуга. Як вже зазначалося, держава жорстко регулює відносини житлово-комунальних підприємств із покупцями (споживачами) їх послуг.

Відповідно до ч. 1, ст. 1 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» від 24 червня 2004 р. № 1875-IV житлово-комунальні послуги – це результат господарської діяльності, спрямованої на забезпечення умов проживання та перебування осіб у житлових і нежитлових приміщеннях, будинках і спорудах, комплексах будинків і споруд відповідно до нормативів, норм, стандартів і т. д. [5]. При цьому комунальні послуги – результат господарської діяльності, спрямованої на задоволення потреби фізичної чи юридичної особи у забезпеченні холодною та гарячою водою, водовідведенням, газом та електропостачанням, опаленням, а також вивезення побутових відходів. У цьому визначенні не йдеться про такі комунальні послуги, як послуги із міського електротранспорту, із поховання, музейні і т. д., хоча вони є комунальними. Державне регулювання послугами підприємств ЖКГ проявляється через встановлення рівня тарифів. Саме в залежності порядку затвердження цін і тарифів житлово-комунальні послуги поділяють на три групи (рис.2):

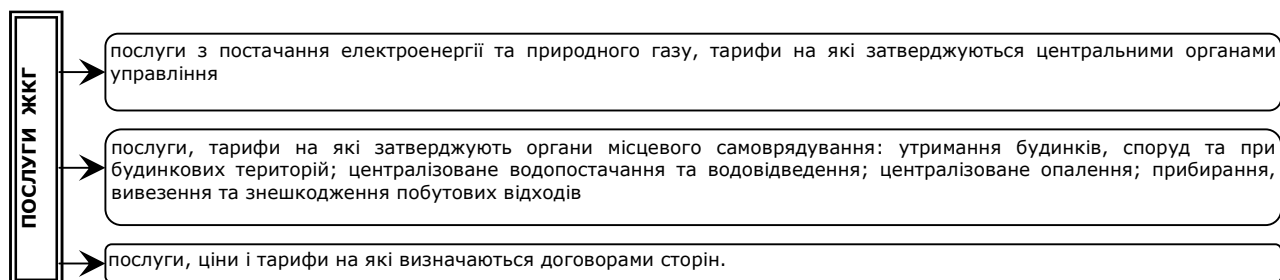


Рис. 2. Види послуг підприємства ЖКГ

Підсумовуючи дослідження галузевих особливостей підприємств ЖКГ, було виявлено ряд передумов та особливостей, що істотно впливають на організацію та методику обліку і контролю виробничих витрат. Із них до складу основних нами віднесено (табл. 1).

Таблиця 1

Галузеві особливості діяльності підприємств ЖКГ та їх вплив на організацію обліку та контролю виробничих витрат

Особливість	Зміст
1. Ринкові особливості	Механізм управління витратами в умовах монополізму спрямований не на вибір стратегії поведінки виробника на ринку, а на досягнення максимального результату в умовах відсутності конкурентної боротьби. Отже, система управління виробничими витратами в ЖКГ повинна бути більше спрямована на скорочення розміру витрат і на цій основі одержання максимальних фінансових результатів
2. Технологічні особливості	Безперервність виробничого процесу; відповідність завдань основних підрозділів конкретним етапам у загальній технології; територіальна розгалуженість підприємств ЖКГ; безпосереднє виконання конкретних завдань, які являються невіддільною частиною технологічного процесу; технологічна залежність від попередніх та наступних етапів технологічного процесу. Усе це дозволило нам обґрунтувати необхідність доповнення чинної методики обліку та контролю інформацією про виробничі витрати у розрізі окремих стадій (етапів) технологічного процесу.
3. Особливості державного регулювання	Дослідження механізму державного регулювання діяльності підприємств ЖКГ у частині регулювання цін і тарифів підтвердило пряму залежність розміру виробничих витрат від регуляторної політики держави. Згідно з Законом України «Про природні монополії» при формуванні цін на товари суб'єктів природних монополій враховуються витрати, які згідно з законами про оподаткування відносяться до складу валових витрат виробництва та обігу.

Підприємства ЖКГ діють в умовах монополії на виробництво та реалізацію окремих видів послуг. Дія ринкових законів та механізмів має обмежений вплив на діяльність підприємств галузі. Отже, концепція управління підприємством набуває не ринкового, а виробничого спрямування, що визначає першочерговість управління витратами на виробництво.

Перш за все, варто уточнити саму сутність та зміст поняття «витрати», яке для підприємств житлово-комунального господарства буде відрізнятися від загально відомого, розкритого в П(С)БО 16 «Витрати» [4]. З урахуванням особливостей витрат, їх визначення для підприємств житлово-комунального господарства можна подати у такому ракурсі:

Витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які зв'язані з використанням у технологічному процесі виконання робіт (надання послуг) природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних виробничих фондів, інструменту, інвентарю, трудових і фінансових ресурсів, а також інших витрат на виробництво і збут, включаючи встановлені державою як обов'язкові відрахування, податки і платежі, що призводять до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу між власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені з дотриманням принципу відповідальності.

Таке розширене поняття «витрат» дасть підприємствам житлово-комунального господарства можливість здійснювати облік витрат більш точніше.

Якщо говорити про специфіку витрат, то варто відмітити, що житлово-комунальний сектор є найбільш ресурсомісткою галуззю економіки України, яка забезпечує найбільшу частину ринку житлово-комунальних послуг. У ЖКГ споживається 44 % енергетичних ресурсів, що становить близько 30 % загальних витрат палива в країні.

Склад і структура витрат для всіх підприємств ЖКГ не є однаковою та залежить від конкретної підгалузі. Так, у структурі витрат у підгалузях водопостачання та теплоенергетики переважають матеріальні витрати, але це пов'язано лише з великою часткою витрат на електроенергію, паливо й інші енергоносії: вони становлять до 70% усіх матеріальних витрат у підгалузі водопостачання і до 90% – у підгалузі теплозабезпечення. Серед інших матеріальних витрат у підгалузі водопостачання досить висока частка витрат на куповану воду – до 20%, тоді як витрати власне на матеріали становлять лише близько 3% усіх матеріальних витрат. На підприємствах з обслуговування житла частка витрат на матеріали не дуже суттєва – менше чверті всіх витрат, з них витрати на електроенергію для обслуговування ліфтів, опалення й освітлення місць загального користування становлять 25-30%, а витрати на матеріали для ремонту житлового фонду – до 15%. Житлово-комунальне господарство займає третє місце за рівнем споживання енергоносіїв (після металургійної та хімічної промисловості). Особливо це стосується підгалузей тепло- та водопостачання. При цьому витрати енергоресурсів під час виробництва і надання житлово-комунальних послуг у 2-3 рази вищі, ніж у країнах Європейського Союзу, що обумовлено зношеністю та аварійним станом основних засобів галузі, застарілими технологіями й матеріалами.

Систематизоване висвітлення специфіки витрат виробництва з огляду на галузеві особливості житлово-комунальних господарств наведено на рис. 3.

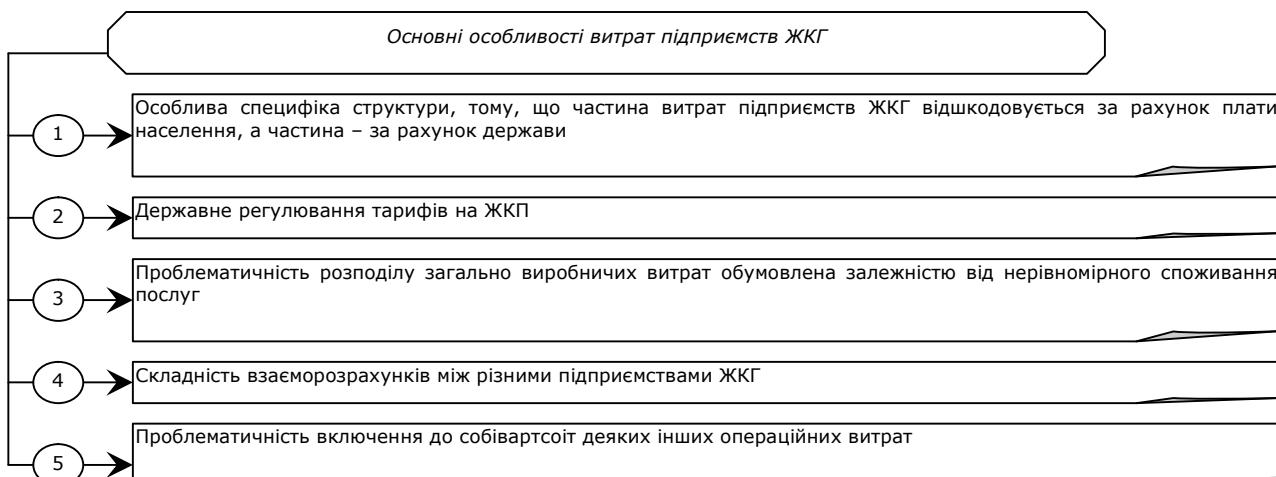


Рис. 3. Характерна специфіка витрат на підприємствах ЖКГ

Отже, житлово-комунальне господарство наділене низкою організаційно-технологічних особливостей, які обов'язково слід враховувати при побудові ефективної та адаптованої до потреб управління системи обліку.

Список використаних джерел:

1. Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посіб. / П. Й. Атамас – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 392 с.
2. Головченко О.О. Галузеві особливості житлово-комунального господарства (ЖКГ) та їх вплив на облік та контроль витрат на виробництво // Наукові праці КДТУ. Економічні науки, випуск 3. – Кіровоград: КДТУ, – 2012. – С.275-282.
3. Гура Н. О. Облік у житлово-комунальному господарстві: теорія і практика : монограф. / Н. О. Гура. – К. : Знання, 2010. – 351 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : затв. наказом МФУ від 31.12.99р. № 318 – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
5. Про житлово-комунальні послуги [Електронний ресурс] : Закон України від 24.06.2004 № 1875-IV – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1875-15>.
6. Стан міського житлово-комунального господарства в Україні та перспективи його реформування очима громадян: соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Центр соціальних технологій «Соціополіс», 2014. – Режим доступу: <http://www.sociopolis.com.ua/Research/Message>
7. Україна комунальна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://statistic.jkg-portal.com.ua/ua/statistic/statistichnij-bjuleten-zhkg-2014/>. – 21.04.2015.

Олена Попович, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Гомба Л. А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ

Розглянуто поняття ефективності системи стимулювання праці працівників на підприємстві. Проведено аналіз ефективності системи стимулювання праці працівників на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат». Запропоновано шляхи підбору ефективних стимулів працівників.

Однією з актуальних проблем підприємств вітчизняної економіки є ефективність системи стимулювання праці працівників на підприємстві. За час переходу української економіки на ринкові умови виробництва та пов'язаних з цим змінами форм власності на засоби виробництва, виникненням корпоративних форм управління підприємствами пройшли також помітні зміни форм і методів оплати праці.

Сьогодні в українській економіці активно використовується зарубіжний досвід з оплати праці, зокрема методи оплати праці в напрямі її корпоратизації, приведення її у відповідність до колективних потреб та інтересів працівників, тарифні форми визначення заробітної плати на безтарифні, контрактні та пайові.

Питання щодо аналізу ефективності системи стимулювання праці працівників на підприємстві широко розглянуто у зарубіжних та вітчизняних літературних джерелах. Теоретичні й практичні аспекти цієї проблеми відображено в роботах учених і фахівців: Г.В. Гриневич, В.П. Мартиненко, І.С. Батрак, Л.І. Міхов, М.О. Петрик, І.В. Шостак й ін.

Визначити основні проблеми ефективності системи стимулювання праці працівників на підприємстві.

Політика в галузі оплати праці, як відомо, є складовою частиною управління підприємством. Від неї у значній мірі залежить ефективність будь-якого виробництва. Тому система всебічного стимулювання праці стає в ринкових умовах одним із найважливіших аспектів раціонального використання робочої сили та виробничих ресурсів. Стимулювання праці включає матеріальне, організаційне і моральне.

Нами розглянуто фонд оплати праці та обсяги премій ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» на прикладі звіту з праці за грудень 2012-2014 років [7].

Оплата праці працівникам підприємства здійснюється за відрядно-преміальною та погодинно-преміальною формами. Оплата здійснюється на основі тарифної системи (табл. 1) [4, с. 130]:

- погодинних розцінок для робітників;
- місячних посадових окладів для керівників, фахівців та робітників-погодинників.

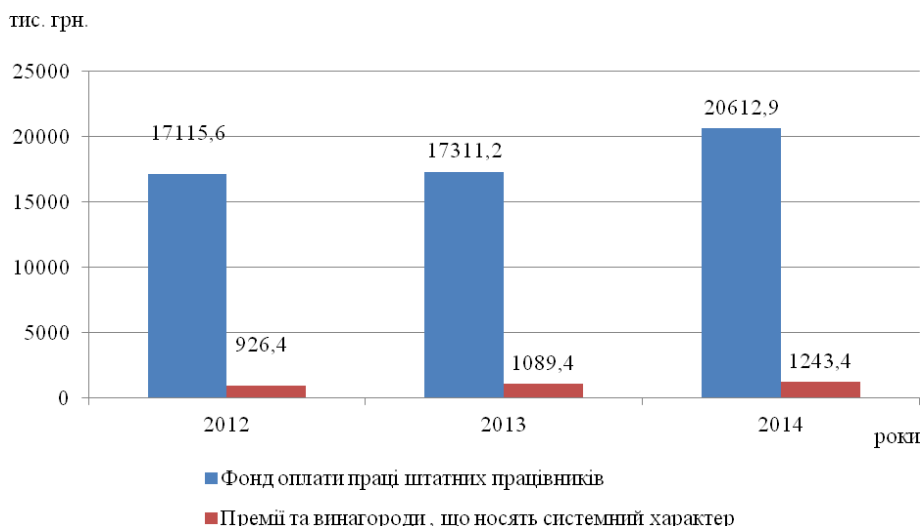


Рис. 1. Динаміка фонду оплати праці працівників ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат»

Місячний фонд оплати праці з 1 грудня 2014 року становив 20612,90 тис. грн. Доплати та надбавки до тарифних ставок і посадових окладів працівників на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» також заплановані.

Таблиця 1

Тарифні ставки для робітників з 1 квітня 2015 року

Місячні розрядні тарифні коефіцієнти					
I	II	III	IV	V	VI
1,0	1,11	1,33	1,55	1,78	2,0
Погодинні тарифні ставки робітників основного виробництва					
6,56	7,28	8,72	10,17	11,68	13,12
Погодинні тарифні ставки робітників, зайнятих на ремонтних та верстатних роботах по обробці металу					
7,16	7,95	9,52	11,10	12,74	14,32
Погодинні тарифні ставки робітників, зайнятих на будівельних та ремонтно-будівельних роботах					
6,98	7,75	9,28	10,82	12,42	13,96

За виконання обов'язків тимчасово відсутнього працівника на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» передбачається доплата до 100% тарифної ставки (окладу) відсутнього працівника. За роботу в нічний час (з 22⁰⁰ до 6 год) 20% годинної тарифної ставки за кожну годину роботи в цей час. На ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» передбачені і преміювання робітників. За роботу без лікарняних та інших невиходів – 20% премії. Премія коректується в залежності від виконання плану бригадою. Робітникам-резервістам відрядна заробітна плата збільшується до 25%. Преміювання проводиться за багаторічну, сумлінну працю робітників у зв'язку з ювілейними датами: 50-річчям, 60, 70, 75 та 85-річчям, а також жінкам у зв'язку з 55-річчям в сумі 300 грн., незалежно від стажу роботи на підприємстві. При звільненні у зв'язку з уходом на пенсію виплачується одноразова премія в сумі 300 гривень незалежно від стажу роботи на підприємстві [2, с. 94].

З метою поліпшення якості наданих послуг затверджено положення про порядок зниження премії за порушення технології та інші упущення в роботі:

- 1) за кожний випадок порушення технологічної дисципліни утримується з виконавця 0,18 грн. на виготовлену продукцію;
- 2) за відсутність технологічного контролю з боку майстрів і технологів утримується 5% за кожний випадок;
- 3) за кожний випадок порушення трудової дисципліни утримується 10% премії;
- 4) за негативну оцінку по чистоті та культурі утримується 5% премії за кожний випадок;
- 5) за невиконання наказів, розпоряджень – штраф 4% премії;
- 6) за невиконання працівниками правил по охороні праці і протипожежної безпеки, за кожний випадок утримується від 5% премії;
- 7) за прогул і крадіжку – 100% премії;
- 8) за кожну одиницю продукції, що відправляється на склад готової продукції без перевірки контролерів, а також повернення замовником, утримується з технолога й майстрів, винних в цьому по 5% премії за кожний випадок;
- 9) за кожну одиницю продукції прийняту контролером з дефектом і відправлену на склад, з контролера знімати 5% премії за кожний випадок.

Проведені дослідження на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» показали що матеріальні стимули, заробітна плата включаючи премії, є найбільш впливовими та найбільш діючими в системі стимулювання виробництва і праці (84,3-86,4% - питома вага серед усіх стимулів) [5, с. 160].

З використанням кореляційного аналізу і соціологічних методів було проведено економічну оцінку ефективності системи преміювання на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат». Метою оцінки було з'ясувати наскільки вдало на підприємстві організовано преміювання. Вибір підприємства пояснюється найкращими показниками діяльності серед промислових підприємств Чернівецької області.

Не дивлячись на те що система преміювання досить ефективна на підприємстві існують значні резерви підвищення продуктивності праці і роботи понад нормовану частину, які можуть бути приведені в дію за рахунок доопрацювання діючої системи преміювання.

В сучасних умовах функціонування виробництва вкрай необхідним є певний механізм який би охоплював всі фази формування, використання та супроводження систем преміювання промислових підприємств.

Формування системи преміювання повинно складатись з: якісної оцінки та розробки (або доопрацювання) нової (попередньої) системи преміювання, кількісної оцінки цієї ж системи, формування положення про преміювання [1, с. 103].

Відомо, що система преміювання не виконує стимулюючої функції, якщо премії надто низькі (менше 10 відсотків від основної заробітної плати). Слід зазначити, що для різних країн ця цифра суттєво коливається: так, за даними досліджень на Заході премія у розмірі 5% від окладу вважається нормальною і цілком виконує покладені на неї завдання, 20-30% сплачуються у разі значних досягнень; для України, Росії мінімальною вважається премія у розмірі 20%. Пояснення цьому полягає у значній динаміці зміни компенсаційних виплат та, як правило, низькою заробітною платою.

Проблема «порогу відчутності», яка полягає в існуванні певної межі розміру заохочення, при якому не виконується стимулююча функція, є досить поширеною при організації систем матеріального заохочення і поки що не знайшла ефективного вирішення. В науковій літературі багато авторів звертають увагу на цю проблему, вказується що граничним є співвідношення премії та основної заробітної плати 1:2, нижня мінімальна межа приблизно на рівні 10% [3, с. 91]. Однак, як було з'ясовано автором і підтверджено проведеними дослідженнями ця цифра є досить умовною. Вона коливається в залежності від багатьох факторів: розміру основної заробітної плати, категорії працівника, видів робіт і т.ін. [6, с. 319]. Тому в кожному окремому випадку потрібен індивідуальний підхід з врахуванням всього вище переліченого. З іншого боку вкрай необхідним є механізм нарахування додаткового матеріального заохочення (премії), який б містив в собі вирішення цього питання.

Враховуючи вище викладене премія повинна бути у межах 10-50 % від основної заробітної плати. Щодо поточного преміювання, то таке співвідношення цілком виправдане.

Список використаних джерел:

1. Гриневич Г.В. Компетентнісний підхід у системі матеріального стимулювання праці / Г.В. Гриневич // Управління розвитком. - 2013. - № 12. - С. 101-104.
2. Мартиненко В.П. Система участі працівників у прибутках як один із методів фінансового стимулювання персоналу підприємства / В.П. Мартиненко, І.С. Батрак // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - № 5. - С. 93-96.
3. Міхов Л.І. Удосконалення системи стимулювання праці робітників / Л.І. Міхов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2013. - № 2. - С. 89-94.
4. Петрик М.О. Поняття системи стимулювання інноваційної праці виробничого персоналу / М.О. Петрик // Управління розвитком. - 2014. - № 2. - С. 129-131.
5. Хао Лі Аналіз систем стимулювання праці персоналу підприємства / Лі Хао // Управління розвитком. - 2013. - № 16. - С. 159-161.
6. Шостак І.В. Грейдування як сучасна система стимулювання праці різних категорій персоналу підприємства торгівлі / І.В. Шостак // Бізнес Інформ. - 2015. - № 4. - С. 315-320.
7. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/emitent/00373959>

Мар'яна Пунговська, 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СТРУКТУРИЗАЦІЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СТАТИЧНОМУ ТА ДИНАМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

У статті розглянуто та проаналізовано сучасні принципи системи менеджменту та роль людини в цій системі. Здійснено дослідження статичної та динамічної структуризації системи менеджменту за Джоном Хіксом. Розглянуто сучасну концепцію системи менеджменту, яка відображає тенденції розвитку системи. Виявлено основні зміни, які відбулися в системі менеджменту згідно динамічної структуризації. Проаналізовано взаємозалежність кожного елемента із всією системою. Особлива увага приділена тому, що із розвитком бізнесу, зміною та вдосконаленням технологій, змінюється і сама система менеджменту на підприємстві.

В умовах глобалізації бізнесу, зростання транснаціональних зв'язків, швидкого темпу розвитку технологій і бізнес-процесів, система менеджменту на підприємстві посідає першочергове значення в забезпеченні стійкості, конкурентоспроможності та ефективності функціонування. Сучасні тенденції розвитку економіки потребують удосконалення системи управління, методів і способів ведення бізнесу, застосування інновацій, оскільки зміни відбуваються щодня, і для забезпечення успіху, виживання в конкурентному середовищі, кожному підприємству необхідно відповідати тим змінам, які відбуваються, а інколи і випереджати їх. Тому так важливо саме сьогодні створити ефективну систему менеджменту на підприємстві та постійно вдосконалювати її.

Питанням розвитку системи менеджменту на підприємстві присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Н.В. Афанасьєвої, І.О.Богатирьової, О.Л. Гапоненко, В.С. Пономаренко, С.П. Дунди, Е.М. Короткова, Т.Б. Надтоки, А.П. Пакрухина, О.П. Пашенка, Ю.А. Плугіна, Р.О. Побережного, Ю.С. Погорелова та інших. Розмежування поняття системи менеджменту в статичній та в динамічній була запропоновано відомим англійським економістом Джоном Хіксом. Згідно його досліджень, система менеджменту в статичній це – врівноважений стан організаційної системи, в якому вона знаходиться незалежно від змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі, а в динамічній – розмежування функціональних зон менеджменту відповідно до спрямованості виробничо-господарської діяльності підприємства.[3,с.27] Проте динамічний аналіз системи менеджменту зазнав змін і потребує подальших досліджень, які відповідають сучасним реаліям.

Метою статті є розгляд основних принципів системи менеджменту, аналіз статичної та динамічної структуризації системи менеджменту згідно дослідження Джона Хікса та сучасної концепції для виявлення тенденцій та закономірностей розвитку системи.

Проаналізувати систему менеджменту в статичі та в динаміці. Виявити особливості кожної із елементів системи. Дослідити систему менеджменту згідно сучасної концепції та проаналізувати її зміни.

Менеджмент як процес управління є багатограним явищем та охоплює підсистеми, які утворюють цілісну систему. Система – це організована множина взаєпов'язаних компонентів та елементів, що взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем у процесі досягнення поставлених цілей [1, с. 52].

Ми приєднуємося до думки окремих авторів [2, с. 58], що сучасній системі менеджменту притаманні такі принципи, які відображають її стан:

- 1) децентралізація вертикальних структур і посилення горизонтальних зв'язків, що забезпечують цілеспрямовану активізацію діяльності людей у ринкових структурах;
- 2) орієнтація менеджменту не на процеси діяльності, а на кінцеві результати;
- 3) гуманізація та соціологізація процесів праці в пріоритетних напрямках системи менеджменту;
- 4) нарощення потенціалу людських ресурсів менеджменту для створення підприємницької економіки;
- 5) досягнення синергійного ефекту шляхом перетворення інформації, знань та досвіду на продуктивну силу;
- 6) організація систематичного контролю за станом усіх елементів менеджменту на основі зворотного зв'язку між об'єктом і суб'єктом управління;
- 7) швидке реагування на вирішення проблем у роботі організації, з оцінкою комерційних і функціональних результатів роботи з організації взаємодії підприємства;
- 8) результативне поєднання методів і процесів управління діяльністю та організації управління людьми, управління зв'язками поза організацією для оновлення виробництва;
- 9) якість роботи, продукції в системі менеджменту забезпечується принципом добровільності, саморозвитку, груповою діяльністю, діловою активністю, творчим пошуком;
- 10) ефективність менеджменту забезпечується, у першу чергу, поєднанням п'яти факторів виробництва: капіталу, інформації, матеріалів, людей та організацій, головним з яких є людина;
- 11) людина – не лише засіб для досягнення мети, а і сама вона є метою менеджменту;
- 12) динаміка формування і розвитку самоврядних інноваційних елементів системи менеджменту.

Як бачимо із принципів сучасної системи менеджменту, керуючим фактором у здійсненні діяльності підприємства є людина, якій приділяється особлива увага. Якщо раніше людина була лише частиною процесу виробництва продукції чи створення послуг, то сьогодні вона є тією рушійною силою, метою менеджменту, яка прагне до самореалізації, соціологізації всередині підприємства, гуманізації зв'язків, обізнаності та компетентності в мінливому зовнішньому середовищі. Сьогоднішній організації властиві посилення горизонтальних зв'язків, нарощення потенціалу людських ресурсів, всебічний розвиток особистості, яка прагне до лідерства і новаторства в управлінні.

Оскільки система менеджменту є множиною елементів, які її утворюють, то доцільно буде їх розглянути та охарактеризувати.

Згідно дослідження Джона Хікса статичний аналіз системи менеджменту включає дослідження організаційної структури організації, функцій, які виконуються в процесі управління організацією та особистості менеджера, від якого залежить як якість виконання певного ланцюга робіт, так і загальна ефективність системи зокрема. Статичну структуру менеджменту схематично зображено на рис. 1:

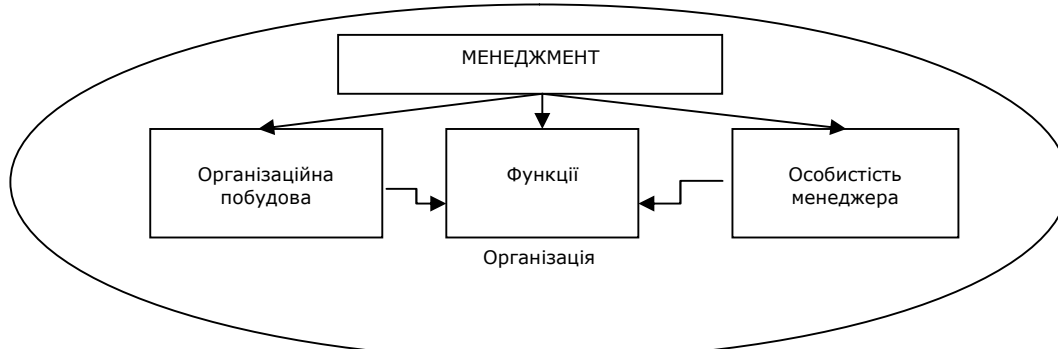


Рис. 1. Схема статичної структуризації менеджменту

Статична структуризація системи менеджменту проявляється всередині організації, яка є сукупністю внутрішніх елементів системи. Вона є взаємозалежною та взаємодоповнюючою, і кожен із її елементів неможливо розглядати окремо. Якщо в організації буде ідеально побудована організаційна структура, а функції при цьому не будуть братися до уваги, це позначиться на загальних результатах діяльності. Якщо в організації працюватимуть люди, які не вмотивовані на досягнення власного саморозвитку та реалізації, це теж позначиться на якості виконання їхніх функцій, і як наслідок – на загальній ефективності організації зокрема. Таким чином, статична структура системи менеджменту відображає внутрішній взаємозв'язок елементів та їх важливість в загальній системі, яким варто приділяти належну увагу.

Крім статичної структури, доцільно буде розглянути і динамічну структуру менеджменту, яка зображена на рис. 2.:

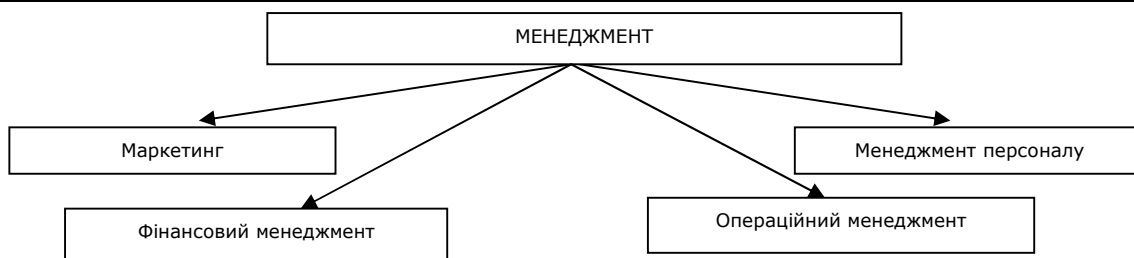


Рис. 2. Динамічна структуризація менеджменту

Розглянемо суть кожного елементу системи.

Маркетинг включає в себе такі аспекти: виявлення потреб ринку, визначення споживчих якостей продукції (послуг) відповідно до потреб ринку, задоволення потреб ринку в продукції (послугах), надання необхідної інформації для планування виробництва, забезпечення рентабельності роботи підприємства.

Фінансовий менеджмент покликаний реалізувати наступні завдання:

аналіз і оцінювання фінансового стану, розроблення фінансової стратегії, підтримання ліквідності організації, бюджетування засобів одержання і використання довго- і короткострокових кредитів, лізинг, опціони, поточне управління активами і пасивами; цінова політика управління пакетом цінних паперів, емісія власних цінних паперів, факторинг, контроль рентабельності використання фінансових ресурсів.

Операційний менеджмент спрямований на: раціональну організацію управління і виробництва, оптимальне поєднання і використання чинників виробництва, проектування продукції (послуг), управління закупівлями сировини та матеріалів, контроль якості продукції (послуг).

Менеджмент персоналу включає: планування трудових ресурсів, набір і добір кадрів, визначення заробітної плати, адаптацію, професійне навчання, встановлення цілей, поділ праці, прийняття рішень, постановку завдань, організацію праці, делегування повноважень, мотивування, стимулювання, перевірку, контроль.

Як бачимо, динамічна структуризація за Хіксом включає тільки чотири елементи системи менеджменту на підприємстві, яка на момент її створення повністю відображала стан всієї системи. Однак ми вважаємо, що така структуризація системи менеджменту на сьогодні не є повною та не відображає сучасних тенденцій розвитку цього стану.

Вчені зазначають, що концепція менеджменту включає нові елементи, які є важливими та ефективними в загальній системі [3, с.29]. У зв'язку з цим, сучасна концепція динамічної структуризації менеджменту визгадає дещо інакше (рис. 3).

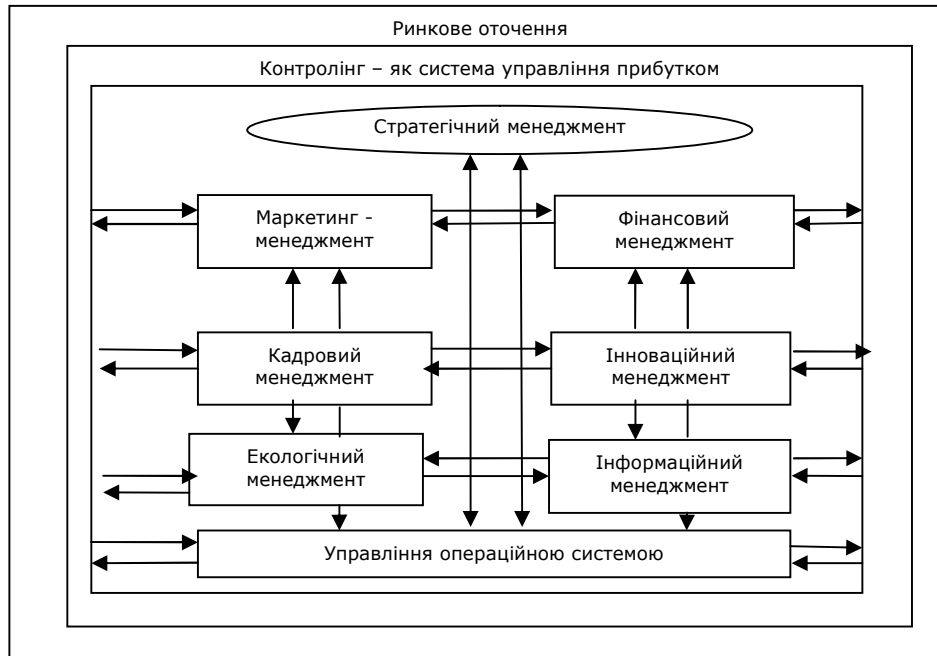


Рис. 3. Динамічна структуризація менеджменту. Сучасна концепція

Проаналізуємо динамічну структуризацію згідно сучасної концепції менеджменту. Як бачимо, вся система менеджменту взаємозалежна з ринковим оточенням. Це говорить про те, що будь-який елемент системи менеджменту повинен враховувати ринкову кон'юктуру, досліджувати зміни, які відбуваються на ринку та брати до уваги їх при плануванні та реалізації методів управління. Вся система об'єднана контролінгом, який є ефективним механізмом прогнозування ситуації, визначення причин відхилення та оптимізації співвідношення витрат і результатів. Саме контролінг покликаний мінімізувати невиправдані витрати та сприяти налагодженню ефективної роботи кожної із елементів системи.

Нова концепція включає стратегічний, інноваційний, екологічний та інформаційний менеджменти, яких не було раніше.

Стратегічний менеджмент є основою управління на підприємстві, оскільки саме за допомогою постановки довгострокових цілей, місії підприємства, можливий розвиток і реалізація будь-якого елемента системи менеджменту. Стратегічний менеджмент сприяє усвідомленню того, де підприємство є зараз і яких результатів планує досягти в процесі своєї діяльності. Саме стратегія направляє всі інші елементи у потрібному напрямку для отримання найкращих результатів.

Інноваційний менеджмент являє собою сукупність процедур, що утворюють загальну схему управління інноваційним процесом. Ця сукупність складається з відповідних функцій управління, кожна з яких розпадається на окремі види роботи, що пов'язані з багатогранною діяльністю підприємства і виконуються у відповідній послідовності. Інноваційний менеджмент охоплює всі сфери функціонування організації та здійснює прямий вплив на кожну з них. Чим швидше застосовуватимуться інновації в менеджменті до кожного елемента системи, тим ефективнішими будуть результати функціонування всієї організації.

Екологічний менеджмент принципово орієнтований на формування й розвиток екологічного виробництва і екологічної культури життєдіяльності людини, який побудований на соціально-економічному й соціально-психологічному мотивуванні гармонії взаємин людини із природою. Його впровадження полягає в розробці й затвердженні програми екологізації виробництва, розробки механізму реалізації цієї програми, включаючи систему стимулювання працівників організації.

Інформаційний менеджмент є результатом інформаційно-технологічної революції, яка є сучасним етапом розвитку науково-технічного прогресу, коли інформація виступає найважливішим стратегічним ресурсом та інструментом управління суспільними і природними процесами, а найновіші технології – визначним фактором суспільного розвитку [4, с.373]. Сфера інформаційного менеджменту включає всі дії і операції, пов'язані як з інформацією у всіх її формах і станах, так і з організацією в цілому. В сфері інформаційного менеджменту повинні вирішуватися завдання – визначення цінності й ефективності використання не тільки інформації, але й інших ресурсів підприємства, що безпосередньо пов'язані з інформаційними.

Отже, сучасна система менеджменту на підприємстві включає багато факторів, які є важливими для його функціонування. Вибір вдалих маркетингових комунікацій сприятиме формуванню позитивного іміджу серед конкурентів; застосування сучасних технологій у виробничому процесі покращить якість та пришвидшить його у кілька разів; запровадження стандартів екологізації проявлятиметься позитивними тенденціями не лише в самому підприємстві, а й в суспільстві; реалізація вдалої стратегії приведе організацію до ефективності, а як наслідок і прибутковості. Тому кожний елемент системи менеджменту на сьогодні є життєво важливим в мінливому інформаційному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Гуменник В.І. Менеджмент організацій : навч. Посіб. / Гуменник, Ю. С. Копчак О.С. Кондур. – К. : Знання, 2012. – 503 с.
2. Федулова В.Г. Бізнес-менеджмент : Навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. / Л.І. Федулова, В. Г. Федоренко, В. Ф.Гриньов та ін.; За заг. ред. Л. І. Федулової. – К. : МАУП, 2007. – 632 с.
3. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.
4. Глобалистика: Международный междисциплинарный энциклопедический словарь: гл.ред.: И.И.Мазур, А.Н.Чумаков. - М.-СПб.-Н.-Й.: ИЦ «ЕЛИМА», ИД «Питер», 2006.- 1160с.

Інна Скоць, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Кифяк В.Ф.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Розглянуто особливості та принципи формування системи мотивації праці на підприємствах торгівлі. Проведено дослідження особливостей та принципів формування системи мотивації праці на торговельних підприємствах міста Чернівці. Проаналізовано дотримання принципів формування системи мотивації праці на ТОВ «Транс Стоун». Запропоновано нові шляхи формування системи мотивації праці на підприємствах торгівлі.

Успішна діяльність підприємств торгівлі залежить від ефективної системи стимулювання персоналу, тому що вона є інструментом підвищення продуктивності праці та покращує соціально-психологічний клімат в організації. Сьогодні в Україні праця перетворилася на засіб виживання. У таких умовах неможливий високий рівень продуктивності праці та його ефективність. Виходячи з цього, для управління дуже важливо сформувати не тільки продуктивне матеріальне стимулювання, але й звернути увагу на те, в яких умовах діяльність персоналу найбільш ефективна, створити сприятливий соціально-психологічний клімат, тобто управлінський апарат повинен сформувати ефективне як матеріальне, так і моральне стимулювання, тому вивчення питання особливостей та принципів формування системи мотивації праці на підприємствах торгівлі є сьогодні дуже актуальним.

Питанням дослідження особливостей та принципів формування системи мотивації праці на підприємствах торгівлі займалися такі науковці, як: І.О. Гольцман, який дослідив теоретичні засади формування системи мотивації в кадровому менеджменті як важливий чинник забезпечення конкурентоспроможності [1]; В.Б. Горбань, який визначив використання мотиваційного потенціалу підприємства для формування дієвої системи мотивації працівників [2]; І.А. Грузіна вивчала трансформацію підходу до мотивації праці персоналу в умовах інформаційної економіки [3]; Л.І. Гур'янова розглянула формування системи мотивації праці на підприємстві [4]; С.Б. Довбня та А.О. Найдовська описали методичні особливості формування стратегічної системи мотивації праці [5]; А.М. Єрмошенко сформувала особливості побудови системи оплати праці і мотивації у фінансових установах [6]; К.С. Горячева, А.В. Калина дослідили формування організаційно-економічного механізму стимулювання праці в умовах нестабільного економічного розвитку [7]; О.В.

Калініченко визначив теоретичні та методичні аспекти формування системи оплати праці як засобу мотивації робітників гірничодобувних підприємств [8]; О.І. Кліпкова дослідила мотиваційний процес в аспектах формування креативного потенціалу працівників підприємства [9]; О.В. Лазненко виявила формування ефективного механізму стимулювання персоналу на основі світового досвіду [10]; А.В. Лебедева розглянула формування системи мотивації праці на підприємстві [11]; І.О. Лепьохіна охарактеризувала фундаментальні принципи формування системи мотивації праці персоналу підприємств [12] та ін.

Разом з тим, питання мотивації праці на підприємствах торгівлі потребують подальших досліджень.

Метою статті є дослідження особливостей та принципів формування системи мотивації праці на підприємствах торгівлі й формування підходів щодо їх удосконалення.

Фактором мотивації, насамперед, виступає система стимулювання праці. Важливою є роль індивідуальних заходів матеріального і морального стимулювання до високопродуктивної праці: встановлення рівня грошової винагороди, тарифних ставок, доплат, премій, підвищення професійного розряду, доручення складних і відповідальних завдань, відрядження на навчання за рахунок підприємства [4, 86].

Формування дієвої системи мотивації спирається на постійний аналіз і вдосконалення стосунків між: працедавцями і найнятими працівниками; керівниками і їхніми підлеглими; конкуруючими робочими групами, які виконують схожі функції.

Система мотивації на рівні підприємства торгівлі має базуватися на певних вимогах. Основні з них представлені на рис. 1 [8, 121].

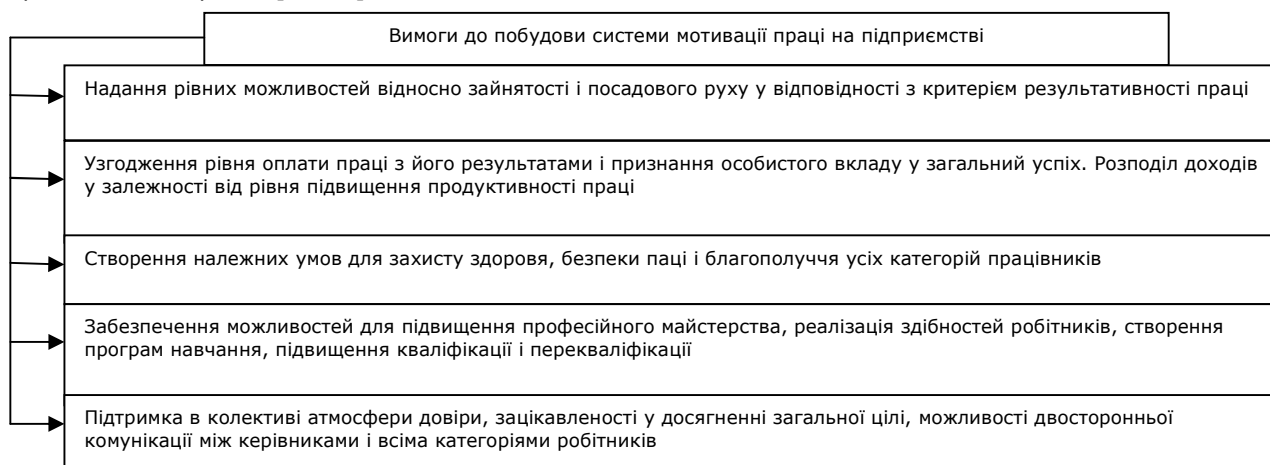


Рис. 1. Основні сучасні вимоги до побудови системи мотивації праці

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників. По-перше, вищий рівень заробітної плати (проти середньоринкового її значення) сприяє зняттю плинності кадрів, а отже, забезпечує формування стабільного трудового колективу. У разі зняття плинності персоналу роботодавець має можливість скоротити витрати на його найм і навчання, спрямувавши вивільнені кошти на розвиток виробництва. По-друге, проведення політики високої заробітної плати дає змогу відібрати на ринку праці найбільш підготовлених, досвідчених, ініціативних, орієнтованих на успіх працівників, продуктивність праці яких потенційно вища за середній рівень.

Керівники повинні використовувати різноманітні методи матеріальної мотивації, тобто крім зарплати мають бути грошові виплати (премії) за результатами роботи чи спеціальні індивідуальні винагороди як визнання цінності того чи іншого працівника [6, 287].

Слід зазначити, що сьогодні заслуговують на увагу сучасні системи мотивації персоналу, що застосовуються в західних фірмах, а саме матеріальні винагороди, розглянемо їх на рис. 2 [3, 68].



Рис. 2. Сучасні системи мотивації персоналу, що застосовуються в західних фірмах

Не менш важливе значення відіграє нематеріальна мотивація. Вона спрямована на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно із зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудовитрат.

Під нематеріальним автор розуміє такі заохочення до високорезультативної роботи, які не видаються співробітнику у вигляді готівки чи безготівкових грошей, але можуть потребувати від компанії інвестицій в якість робочої сили, а саме: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо. [10, 34].

До моральних способів мотивації відноситься визнання заслуг (особисте та публічне). Суть особистого визнання полягає в тому, що працівники, які позитивно виділилися у справах підприємства, згадуються в

доповідях вищому керівництву фірми чи особисто представляються йому, одержують право підпису відповідальних документів, у розробці яких вони брали участь їх персонально вітає дирекція з нагоди свят чи сімейних дат.

Розглянемо методи нематеріальної мотивації персоналу, які на підприємстві доцільно використовувати на рис. 3 [5, 120].

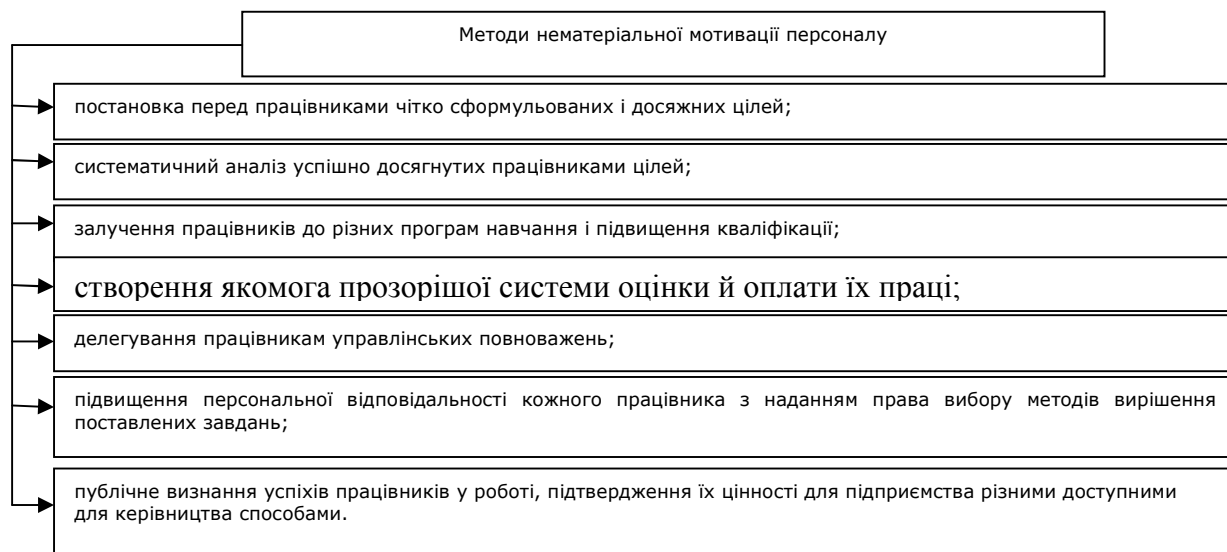


Рис. 3. Методи нематеріальної мотивації персоналу, які доцільно використовувати на підприємствах торгівлі на сучасному етапі

Дослідження, проведені на торговельних підприємствах міста Чернівці, свідчать про те, що на підприємствах сформувалася певна система мотивації праці, але вона потребує вдосконалення, а в окремих випадках і формування нової системи мотивації праці.

Так, наприклад, розробка нових напрямів діяльності, скорочення дебіторської заборгованості, реалізація надлишкових запасів, дасть можливість використовувати додаткові кошти на навчання та матеріальне стимулювання працівників.

Для багатьох підприємств потрібно переглянути систему оплати праці кожного працівника в залежності від результатів його діяльності, що змусить працівників найбільш раціонально та ефективно використовувати свій робочий час з метою збільшення продажу товарів та отримання додаткової винагороди.

Для окремої групи підприємств бажано було б надати можливість працівникам проявити ініціативу у господарській діяльності: залучати покупців, знаходити сторонні замовлення на реалізацію додаткових послуг, реалізовувати неліквідні запаси за низькими цінами та інше.

У більшості досліджуваних підприємств не існує резерву кадрів, формування якого значно знизить плінність кадрів.

Аналіз діяльності досліджуваних нами торговельних підприємств показує, що багатьом підприємствам доцільно було б впровадити рейтингову оцінку кадрового складу за певний період (місяць, квартал, рік), що враховує кількісні показники кожного працівника (при розподілі прибутку). Такі зміни будуть стимулювати працівників до підвищення їх трудової активності та прояву ініціативи.

На основі вище викладеного можна виділити певні особливості системи мотивації праці торговельних підприємств. А саме:

- методи, форми та інструменти мотивації використовуються згідно загальної класифікації;
- розмір премії залежить від виробітку;
- кращі працівники отримують додаткову премію;
- гірші працівники депреміюються;
- преміювання за роботу у святкові та вихідні дні;
- поєднуються матеріальні і моральні стимули;
- індивідуальний підхід при моральному заохоченні.

Опитування 192 працівників підприємств торгівлі міста Чернівці, показує, що систему мотивації праці на більшості цих підприємств потрібно змінювати та удосконалювати з урахуванням особливостей роботи підприємств торгівлі.

Основний принцип організації системи стимулювання в бізнесі – індивідуальний підхід до визначення розмірів матеріальної винагороди співробітників на основі системності, чіткого обґрунтування критеріїв та процедури оцінки результатів праці працівника і виконання ним своїх посадових обов'язків. При цьому важливо врахувати безліч чинників:

- підсумки результати роботи підприємства в цілому;
- індивідуальний внесок конкретного працівника в досягнення кінцевих результатів роботи підприємства;
- ефективність, продуктивність і якість праці.

Проаналізувавши роботу 40 торговельних підприємств м. Чернівці ми виділили основні принципи організації системи мотивації праці, які вказали на рис. 4.

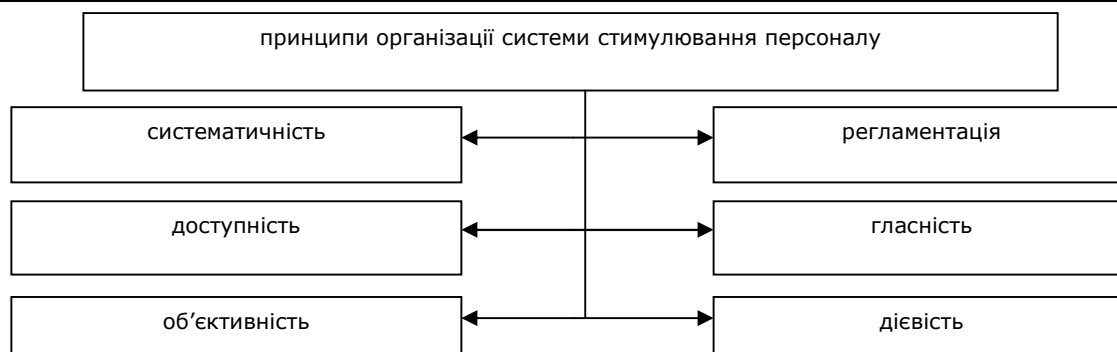


Рис. 4. Принципи організації системи стимулювання персоналу

Принцип систематичності є дієвим принципом стимулювання. Неорганізованість та несвоєчасність здійснення заходів стимулювання відбиває бажання у працівника виконувати свої трудові обов'язки.

Регламентація передбачає встановлення в нормах права певного порядку у вигляді інструкцій, правил, нормативів та контролю над їх виконанням. У цьому важливо розмежувати ті сфери діяльності працівників, що вимагають неухильного дотримання інструкцій й контролю за їх виконанням.

Доступність як принцип стимулювання базується на доступності інформації стосовно умов і заходів стимулювання, що визначені в локальних нормативно-правових актах для працівників підприємств, установ та організацій.

Принцип гласності надає змогу посилити мотивацію працівників для досягнення відповідного результату (наприклад, здійснення нагородження привселюдно).

Об'єктивність мотивації дає змогу реально оцінити ситуацію, що склалася у сфері управлінської діяльності, співставити її із завданнями й визначити потреби. Принцип об'єктивності мотивації передбачає аналіз мотиваційних методів та всебічність їх розгляду.

Дієвість мотивації полягає в реальних наслідках її впливу на систему державного управління. На цей принцип покладено обов'язок не лише виявити допущені помилки, але й глибоко їх проаналізувати, зробити висновки щодо можливих наслідків. Призначення мотивації полягає у покращенні здійснення управлінської діяльності, виходячи з інтересів людини та суспільства.

Крім цього, до системи організації стимулювання працівників можна віднести такі спеціальні принципи: залежність величини заохочення від дійсних результатів праці; поєднання індивідуального, колективного та громадського заохочення, послідовне й диференційоване використання різних стимулів, доступність і гарантованість стимулів, широка участь трудового колективу у визначенні претендентів на заохочення та видів заохочення [11, 128].

Для забезпечення мотивації до праці необхідно підготувати та затвердити акт загального призначення – типові положення про оцінюванні праці працівників, що містило б у собі систему оцінювання трудової діяльності працівників, засновану на комплексі критеріїв та показників якості праці. Вони повинні відрізнятися залежно від виконуваної працівником трудової функції й базуватися на принципах стимулювання праці.

Проаналізуємо дотримання принципів формування системи мотивації праці на ТОВ «Транс Стоун» у табл. 1.

Таблиця 1

Принципи формування системи мотивації праці на ТОВ «Транс Стоун»

№ п/п	Принцип	Дотримання принципу на досліджуваному підприємстві
1	оцінювання позитивних результатів роботи та заслуг працівників за кожен прояв активності;	раз на місяць
2	індивідуальний підхід при заохоченні;	раз у пів року
3	заохочення повинно бути значущим, підвищувати престиж ефективної праці;	мотивації приділяється увага на довгостроковий термін
4	гласність заохочення;	щокварталу
5	надання переваг та пільг, передбачених у локальних нормативно-правових актах, що є найважливішим засобом формування сумлінного ставлення до праці;	не використовується
6	поєднання матеріальних і моральних стимулів;	щотижня
7	своєчасність заохочення;	залежить від обсягів продажів
8	справедливість заохочення	працівники оцінюють справедливо рішення

Важливість зазначених принципів полягає в тому, що, стимулюючи працівника на досягнення заохочуваного результату, вони стримують його від протиправної поведінки, тим самим надають вирішальний вплив на правосвідомість, формують звичку правомірної поведінки, виховують повагу до права, зміцнюють трудову дисципліну на підприємствах торгівлі.

Таким чином, дослідження дає можливість сформулювати наступні висновки: при створенні на підприємствах торгівлі системи стимулювання праці необхідно взяти за основу домінуючі мотиви трудової діяльності. Для наших співвітчизників в даний час головним мотивом є матеріальний фактор. Однак це не означає, що ефективність праці залежить тільки від нього; стимули до праці пов'язані в багатфакторну систему.

Список використаних джерел:

1. Гольцман І.О. Теоретичні засади формування системи мотивації в кадровому менеджменті як важливий чинник забезпечення конкурентоспроможності / І.О. Гольцман // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 2.
2. Горбань В.Б. Використання мотиваційного потенціалу підприємства для формування дієвої системи мотивації працівників / В.Б. Горбань // Економіка та держава. – 2012. – № 5. – С. 108-112.
3. Грузіна І.А. Трансформація підходу до мотивації праці персоналу в умовах інформаційної економіки / І.А. Грузіна // Економіка розвитку. – 2014. – № 1. – С. 67-70.
4. Гур'янова Л.І. Формування системи мотивації праці на підприємстві / Л.І. Гур'янова // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 85-88.
5. Довбня С.Б. Методичні особливості формування стратегічної системи мотивації праці / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2008. – № 1-2. – С. 118-124.
6. Ермошенко А.М. Особливості побудови системи оплати праці і мотивації у фінансових установах / А.М. Ермошенко, К.С. Горячева // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8. – С. 284-289.
7. Калина А.В. Формування організаційно-економічного механізму стимулювання праці в умовах нестабільного економічного розвитку / А.В. Калина // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 326-332.
8. Калініченко О.В. Теоретичні та методичні аспекти формування системи оплати праці як засобу мотивації робітників гірничодобувних підприємств / О.В. Калініченко // Науковий вісник Національного гірничого університету. – 2013. – № 1. – С. 120-123.
9. Кліпкова О.І. Дослідження мотиваційного процесу в аспектах формування креативного потенціалу працівників підприємства / О.І. Кліпкова // Європейські перспективи. – 2014. – № 2. – С. 192-196.
10. Лазненко О.В. Формування ефективного механізму стимулювання персоналу на основі світового досвіду / О.В. Лазненко // Управління розвитком. – 2013. – № 13. – С. 33-35.
11. Лебедева А.В. Формування системи мотивації праці на підприємстві / А.В. Лебедева // Управління розвитком. – 2014. – № 1. – С. 127-129.
12. Лепьохіна І.О. Фундаментальні принципи формування системи мотивації праці персоналу підприємств / І.О. Лепьохіна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 11. – С. 238-241.

Андрій Степан, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф,
Наук. кер. – Бутирська І.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стаття присвячена дослідженню суті та значення комунікацій в управлінні підприємством. Визначено цілі комунікаційної політики, прийоми і методи комунікаційної діяльності та їх значення для підприємства.

Початок ХХІ ст. характеризується докорінними змінами в економіці України, які суттєво відображаються на принципах і засадах її функціонування. Наша країна сьогодні рухається до інформаційного, постіндустріального етапу свого розвитку, де інформація стає одним із пріоритетних видів ресурсів. Тому на сьогодні забезпеченість інформацією та її вміле використання висувуються в критичні фактори комерційного успіху підприємницької діяльності і створюють передумови для перемоги у конкурентній боротьбі.

Особливо важливим розуміння сутності комунікацій необхідно для прийняття рішень в управлінні підприємством, адже в умовах конкурентного і невизначеного середовища, необхідності орієнтації на потреби споживача саме комунікації стають рушійною силою підприємницького успіху. Численними дослідженнями в галузі управління доведено, що від 50 до 70% всього робочого часу керівник витрачає на комунікації. В широкому розумінні комунікації - це обмін інформацією між двома або більше особами. Проте в організаціях - це не просто розмови по телефону, засідання, листи, звіти. Комунікація сполучає всі елементи організаційної системи з метою досягнення цілей підприємства. Саме тому, цей процес пов'язаний з усіма видами управлінської діяльності, ми називаємо комунікації сполучними процесами.

Для того, щоб ефективно проектувати та управляти комунікаціями на підприємствах, вирішувати практичні завдання, які пов'язані з організацією комунікаційної взаємодії підприємства із зовнішнім оточенням, необхідно глибоко усвідомити природу цього явища, визначитися із сутністю базових категорій та основних проблем теорії комунікацій.

Необхідність використання поняття «комунікація» для характеристики інформаційних процесів у системі управління, рівня їх впливу на ефективність діяльності організації, пояснюється особливостями сучасного етапу розвитку ринкових відносин, що розширюють сферу застосування комунікацій.

У сьогоднішніх умовах комунікація підприємства це також і процес передавання інформації з метою просування товару (послуги) та досягнення цілей фірми на ринку. Система комунікацій – єдиний комплекс, що об'єднує учасників, канали і прийоми зв'язку фірми, спрямований на встановлення і підтримку визначених взаємовідносин у рамках маркетингової політики.

Цілі комунікаційної політики підприємства наступні:

- мотивація споживача;
- формування і актуалізація потреб споживача;
- підтримка доброзичливих стосунків між фірмою і споживачем;
- формування сприятливого іміджу фірми;
- інформування про діяльність фірми;
- інформування про асортимент продукції фірми;
- формування доброзичливого ставлення до торгової марки фірми;
- стимулювання покупки;
- нагадування про фірму;
- формування довгострокових переваг до продукції фірми та інші.

Саме вказані цілі визначають всю різноманітність прийомів і методів комунікаційної діяльності та їх значення для фірми. Більшість способів налагодження контактів з представниками референтних груп відносяться до інструментів маркетингу, тому методи зв'язку підприємства називаються методами маркетингової комунікації.

Методи комунікаційної діяльності також включають сукупність способів та прийомів передачі інформації про фірму чи товар з метою його просування на зовнішньому ринку.

Система зовнішніх комунікацій є важливою сферою діяльності підприємства, оскільки вона пов'язана з розумінням та виявленням попиту покупців, а також орієнтує ресурси підприємства на задоволення цього попиту. Одне з основних місць в комунікаційній діяльності підприємства посідає розробка комплексу маркетингу, тобто комплексу маркетингових комунікацій, які спрямовані на підштовхування до придбання товарів і послуг. Зупинимось більш детально на розумінні комплексу маркетингу та розглянемо місце та роль системи комунікацій в цьому комплексі.

Комплекс маркетингу - це набір змінних факторів (товар, ціна, методи поширення та стимулювання), що піддаються контролю і їх сукупність підприємство може використовувати у прагненні викликати бажану реакцію з боку цільового ринку.

З точки зору маркетингу, товар - це все те, що може задовольнити потреби і пропонується ринком з метою привертання уваги, придбання, використання або споживання.

Товари характеризуються сукупністю властивостей: якістю (надійністю, строком служби, дизайном); відповідністю функціональному призначенню; відповідністю ціни якості і споживчим цінностям; якістю сервісу; багатством асортименту, можливістю вибору.

Розробка нових товарів є однією з вирішальних умов високопродуктивної діяльності підприємства. Вона включає декілька фаз і може тривати роками.

Одним із найбільш суттєвих елементів маркетингового комплексу є ціни і ціноутворення. Через ціни реалізуються кінцеві комерційні результати, визначається ефективність маркетингової діяльності. Наші підприємства ще не мають великого досвіду у ціноутворенні. Нині поки що поширений затратний механізм ціноутворення, який включає декілька методів розрахунку цін, орієнтованих на повні, прямі, опосередковані, стандартні, граничні, а також метод цільової ціни і цільової норми прибутку.

Стратегія ціноутворення підприємства залежить від поставлених цілей: забезпечити виживання, максимізувати поточний прибуток, завоювати лідерство за показниками частки в ринку чи її якості.

Ціна визначається законом попиту, еластичністю та сегментацією ринку збуту. За законом попиту, споживачі купують більше товарів переважно при низькій ціні, ніж при високій.

Розроблена цінова стратегія переглядається, коли створюється новий товар або модифікується існуючий, коли змінюється стадія життєвого циклу товарів, змінюється виробничі витрати, ціни конкурентів і інше.

У комплексі маркетингу значне місце займають методи розподілу товарів, вирішення питання про те, чи товаровиробник сам продаватиме свій товар кінцевим споживачам, чи користуватиметься послугами посередників. Вирішується також питання товароруку (складання, транспортування, створення товарних запасів).

Система товароруку як підфункції збуту і продажу забезпечує передачу того, що вироблено, тим, хто буде споживати вироблену товарну масу через обмін, тобто рух продукції від складу готової продукції до місць продажу товарів. Крім транспортно-експедиційних процесів, система товароруку включає управління складським господарством, здійснення розфасовки і переупаковки товарів і ін.

На підприємстві формується і розвивається система просування товару з різноманітним набором прийомів: удосконалення функцій товарів, впливу на споживача, гнучка цінова політика, канали товароруку і т. п., тобто все те, що складає комплекс способів, що використовуються у певному поєднанні для досягнення поставлених цілей.

Особливе місце у виробничо-збутовій функції сучасного маркетингу належить системі маркетингових комунікацій. Розглянемо більш детально цю систему та зупинимось на основних елементах.

Взагалі комплекс маркетингових комунікацій можна розділити на чотири групи контрольованих змінних факторів (рис. 1). Реклама, стимулювання збуту, продаж у процесі особистого спілкування, пабліситі, паблік рілейшнз, що входять до системи маркетингових комунікацій, відіграють важливу роль у формуванні комплексу маркетингу. Всі ці фактори входять в систему комунікацій підприємства.

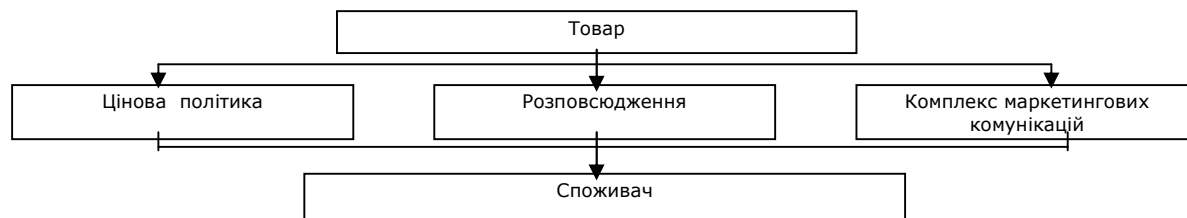


Рис. 1. Дія комплексу маркетингових комунікацій

Цю систему можна уявно поділити на дві частини: перша - це формування попиту за допомогою реклами, продажу у процесі особистого спілкування, пабліситі, паблік рілейшнз, друга - це безпосередньо процес стимулювання збуту за допомогою сучасного інструментарію маркетингу. Розглянемо поняття формування попиту.

Формування попиту - цілеспрямовані дії підприємства-виробника для забезпечення всебічної інформованості потенційних покупців про виготовлену продукцію, її особливості, економічні параметри, технічний рівень, ціна, характер обслуговування, додаткові послуги у зв'язку з їх придбанням, а також про надійність, репутацію і досягнення самого виробника. Основою формування попиту є реклама. При формуванні попиту на товари виробничого призначення найефективнішими є прямі контакти виробника з потенційним покупцем. З цією метою проводяться науково-технічні семінари, демонстраційні випробування, виставки тощо.

Коротко охарактеризуємо елементи формування попиту.

Реклама — цільова інформація про споживчі властивості товарів та послуг з метою їх популяризації збуту. Реклама - це будь-яка форма повідомлень, які використовує фірма для інформування, переконання або нагадування людям про свої товари, послуги, ідеї суспільної діяльності. Фірма може використовувати крім реклами також публічні, персональні продажі та різні форми стимулювання збуту.

Рекламування (англ. Advertising) - це процес поширення інформації з метою просування ідей, товарів (послуг) певного підприємства, фірми, окремого замовника.

Рекламуванню передують розробки плану з визначенням цілей реклами і відповідальності осіб, розрахунок витрат на рекламу та створення рекламних оголошень, оцінка рекламної діяльності. Докладно вивчають ринкову ситуацію, виявляють мотивацію покупців, що дає змогу досягти потрібної спрямованості реклами, точного адресування рекламного повідомлення.

Наступним елементом формування попиту є особистий продаж.

Особистий продаж має на меті пряме спілкування торгового представника компанії з споживачем з метою впливу на останнього до рішення зробити покупку. Це дієвий елемент комплексу просування товару, так як компанія позбавлена від необхідності заздалегідь формувати повідомлення для споживача.

Роль особистого продажу в комплексі формування попиту різноманітна. Прямі контакти продавця і покупця суттєві в маркетингу продукції виробничого характеру, послуг і багатьох споживчих товарів, наприклад одягу, побутових приладів, автомобілів та електроніки. В таких випадках особистий продаж - це найбільш важливий елемент комплексу формування попиту. Реклама та стимулювання продажів грають допоміжну роль, підвищуючи ефективність безпосереднього спілкування сторін.

Розглянемо один із значних інструментів сучасної системи формування попиту та стимулювання збуту «паблік рілейшнз».

Самі поняття «суспільство» та «зв'язки» однаково важливі для розуміння суті «паблік рілейшнз». Суспільство - це є контактні аудиторії, які вибирають організатори процесу маркетингових комунікацій обирають для направлення їм повідомлення про компанію або тих, хто розглядається в якості осіб, думки яких дуже важливі для компанії. Термін "зв'язок" показує, що це суспільство залучене в які-небудь відношення з компанією. Гарантуючи ефективну діяльність, вказані відношення повинні бути позитивними.

Більшість компаній не бажають віддавати свої корпоративні імідж і репутацію на долю випадку.

Вони намагаються скласти про себе добре враження і контролювати свій образ через засоби по зв'язкам з суспільством.

Для формування сприятливої громадської думки про фірму досвідчені працівники проводять бесіди, дають інтерв'ю, листуються з покупцями, зміст якої потім публікують, видають і поширюють проекти, каталоги, проводять виставки-продажі, конференції покупців тощо.

Одним із елементів системи формування попиту та стимулювання збуту є «пабліситі», воно займається пред'явленням редакторам та репортерам інформації про організацію. «Пабліситі» являє собою одну із обов'язкових складових програми відношень з засобами масової інформації.

Довіра до статей в засобах масової інформації значно вище, ніж до рекламної інформації, оскільки видавництво має можливість вибору: запуск сюжету прямо в друк чи замінити його по своєму бажанню. «Пабліситі» досить часто потребує масованих зусиль, без залежності від того, що отримаємо в результаті.

Розглянемо другу частину системи формування попиту та стимулювання збуту - стимулювання.

Стимулювання збуту - використання різноманітних засобів стимулюючої дії, для прискорення і підсилення зворотної реакції ринку. До них належать стимулювання споживачів (розповсюдження зразків, купонів, пропозицій про повернення грошей, упаковки, що продаються по пільгових цінах, премії, конкурси, залікові талони, демонстрації тощо); стимулювання сфери торгівлі (заліки за покупку, забезпечення товарів безкоштовно, заліки дилерам за включення товару в номенклатуру проведення спільної реклами, видача премій, проведення торгових конкурсів дилерів тощо); стимулювання власного торгового персоналу фірми (премії, конкурси, конференції продавців).

До засобів стимулювання збуту звертається більшість організацій, у тому числі виробники, дистриб'ютори, роздрібні торговці, торгово-промислові асоціації і некомерційні заклади.

Стимулювання збуту (англ. Stimulation Sale) є найбільш ефективним при використанні його спільно з рекламою. Дослідження показують, що таке сумісництво призводить до 15%-го підвищення об'ємів реалізації порівняно зі стимулюванням збуту без паралельної телереклами та інформаційного забезпечення - говорить про те, що стимулювання збуту необхідно проводити в комплексі з іншими маркетинговими комунікаціями.

Система маркетингових комунікацій займає важливе місце в діяльності фірми, а її удосконалення є необхідним елементом для покращення роботи підприємств.

Анатолій Сунько, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф,
Наук. кер. – Бутирська І.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ

У статті проведено дослідження основних напрямків формування системи менеджменту підприємства у конкурентних умовах. Проаналізовано основні підсистеми та елементи системи управління підприємством, взаємодію між суб'єктом та об'єктом управління.

Підприємство – це відокремлена у результаті суспільного поділу праці частина виробничого чи господарського процесу, здатна самостійно або у взаємодії з іншими системами задовольняти ті чи інші потреби потенційних споживачів за допомогою вироблення цією системою товарів чи послуг.

Диференціацію і координацію діяльності в організації забезпечує система управління, ефективність функціонування якої підвищують шляхом розподілу праці. Результат поведінки системи визначається як продукт взаємодії його частин (компонентів).

У такому разі система наближається до поняття організація, під якою: з одного боку, розуміють сам процес, організаційну діяльність; а з другого – результат цієї діяльності, певним чином упорядковану систему.

Система – це внутрішньо організована сукупність взаємозв'язаних елементів, що утворюють єдине ціле і спільно діють для досягнення поставленої мети. Проте не будь-яка, а лише така сукупність елементів (об'єктів) становить систему, яка утворює ціле і має якісно нові особливості.

Перші уявлення про систему виникли ще в античній філософії, яка висунула ідею тлумачення систем як упорядкованості та цілісності буття. Пізніше системній методології приділяли увагу багато визначних вчених. Б. Паскаль писав: "Я вважаю, що пізнати частини без знання цілого так же неможливо, як пізнати ціле без знання його частин". Перший варіант загальної теорії системи сформулював О.О.Богданов у книзі "Общая организационная наука", що вийшла в 20-ті роки. О.О.Богданов був прихильником використання закономірностей організації живої природи для пізнання соціальних явищ.

Сучасна концепція загальної теорії систем була сформульована Л.фон Берталанфі (у 40-ві роки), який розглядав систему як комплекс елементів, що знаходяться у процесі взаємодії. На його думку, основна задача системної методології полягає в тому, щоб, спираючись на розуміння системи як комплексу взаємопов'язаних компонентів, відшукати закони, які пояснюють поведінку, функціонування і розвиток систем різних класів.

Починаючи з 50-х років ХХ ст. теорія систем стала привертати увагу вчених різних галузей знань: економістів, математиків, спеціалістів сфери дослідження операцій, філософів, соціологів і ін.

За своїм складом і змістом організації відносяться до складних систем. Складність організації визначається наявністю певної кількості частин – підсистем. Серед основних підсистем організації виділяють: виробничу, технологічну, технічну, просторову, інформаційну, соціальну (кадрову), управлінську.

У свою чергу, підсистеми функціонують на основі взаємодії складових елементів – відокремлених самостійних частин системи, які мають виконувати відповідну функцію щодо досягнення загальних цілей всієї системи. Складовими частинами (елементами) організаційних систем є індивідууми, формальні структури, неформальні фактори, групи, групові відносини, типи статусів і ролей.

Основні частини структури пов'язані одна з одною певними організаційними формами, насамперед формальними і неформальними зв'язками, використовують різні канали комунікації і процедури прийняття рішень. Зв'язок між компонентами системи здійснюється шляхом складних взаємодій, які викликають зміни поведінки людей в організації.

Збільшення кількості елементів, що входять до складу підприємства як системи, зумовлює зростання її складності та внутрішніх зв'язків у ній. Проте усі елементи системи організації є необхідними компонентами, при їх відсутності зникає сама система.

Однією з основоположних умов управління є взаємодія між двома суб'єктами, один із яких виступає в ролі суб'єкта управління, а інший – у ролі об'єкта управління. При цьому рушійною силою управління є саме протиріччя між суб'єктом і об'єктом управління, котре усувається в процесі здійснення управління.

Те, на що спрямована управлінська діяльність, є об'єктом управління. Об'єкт управління має просторові та часові параметри (розміри, місцезнаходження, його природні зміни в процесі існування).

Об'єктами управління є: сама організація; різноманітні форми взаємовідносин; поведінка і діяльність персоналу організації; матеріальні та грошові ресурси.

Це означає, що існування та відтворення різноманітних елементів суспільного виробництва здійснюється за допомогою управління, набуваючи статусу об'єктів управління.

Суб'єктом управління є персоніфікатор управлінської діяльності, тобто окрема людина або об'єднання людей. Якщо управління має офіційний характер, то його суб'єкт організаційно і юридично оформляється у вигляді посади або сукупності посад, які утворюють підрозділи управління.

До суб'єктів управління належать відповідні суспільні інститути (організації, установи), працівники апарату управління. Проте якої б форми не набирав суб'єкт управління, його існування зводиться до дій конкретних людей. У цьому полягає єдність і відмінність між сутністю та формами прояву такого соціального явища, як управління.

Підхід до управління з погляду його сутності та форм прояву дає можливість відрізнити суб'єкт управління від суб'єкта управлінської діяльності. Останній може бути лише фізичною особою, живою людиною. Саме через суб'єктів, які можуть виступати як суб'єктами, так і об'єктами, реалізуються управлінські відносини.

Наприклад, у товаристві з обмеженою відповідальністю як суб'єкт управління виступає рада директорів, а як об'єкт – його структурні підрозділи. Разом із тим суб'єктами управлінської діяльності виступають керівники та виконавці різних рангів і підрозділів цього товариства. Тобто управління – це процес цілеспрямованого впливу керуючої системи (суб'єкту управління) на керовану систему (об'єкт управління) для досягнення певних результатів.

Для повноцінного і гармонійного розвитку підприємства необхідно застосовувати різноманітні методи та прийоми ведення бізнесу. У науці управління склались три основні інтегровані підходи до управління – процесний, системний та ситуаційний.

1. Управління як процес (процесний підхід).

Управління – це процес, тому що робота по досягненню цілей за допомогою інших людей – це сукупність безперервних взаємопов'язаних дій. Ці дії, кожна з яких сама по собі також є процесом, мають назву управлінських функцій.

Процес – це сукупність послідовних дій для досягнення певного результату. Предметом управлінського

процесу є інформація, яку виконавці та керівники використовують у своїй діяльності, а засобами здійснення процесу – документи та технічні засоби приймання, передачі, реєстрації, зберігання інформації.

Вважається, що процес управління виражається у єдності трьох його основних складових: змісту, структури і процедури управління.

1. Змістова складова процесу управління відображає цілеспрямований вплив апарату управління організацією на стан елементів системи, функціонування цілої системи управління або ж на хід реалізації системою окремих функцій управління. У змістовому аналізі процесу управління, як правило, розрізняють функції, підфункції роботи і завдання.

2. Структурна складова процесу управління відображає порядок взаємодії між керуючими і керованими системами, тобто просторову взаємодію суб'єкта та об'єкта управління. З організаційного боку процесу управління слід розрізняти організаційну структуру системи управління, її ступені, рівні, ланки, а також взаємозв'язки між ступенями і ланками.

3. Процедурна складова процесу управління – це взаємозв'язок та чергування в часі його стадій і фаз, або, іншими словами, динаміка процесу управління, яка включає в себе технологію та цикл управління, півпроцеси, операції тощо.

Розпочинається управлінський процес з постановки цілі, завдань і закінчується виконанням цих завдань та досягненням певних результатів. Потім, при отриманні нової інформації про досягнення мети, ставляться нові завдання, висуваються нові цілі і процес починається спочатку.

2. Ситуаційний підхід

Одним із найновіших методів управління підприємствами в умовах динамічного зовнішнього середовища, є метод, що базується на ситуаційному підході. Він є логічним продовженням теорії систем.

Центральним моментом ситуаційного підходу є ситуація, тобто конкретний склад обставин, які в значній мірі впливають на підприємство (організацію) в даний момент. Звідси витікає визнання важливості специфічних прийомів виділення найбільш значущих чинників, впливаючи на які, можна ефективно досягати мети.

Для того, щоб уникнути кризової ситуації, треба володіти здатністю гнучко реагувати на зміни в зовнішніх умовах. Дотримуючись в цілому обраної стратегії, можна організаційно пристосовуватися до зовнішніх умов. Для цього слід розраховувати, передбачати настання певних подій і порівнювати, співставляти їх із своїми можливостями, реагувати на них. Усі загрозові для компанії події можна класифікувати залежно від ймовірності їхнього настання, важливості і ступеня впливу на неї.

При цьому слід звернути увагу на залежність між рівнем змін у зовнішньому середовищі і відповідними типами мислення менеджерів, які необхідні для досягнення успіху.

Несприятливим зовнішнім змінам, що загрожують організації одночасно, вона повинна протиставити власні можливості, які забезпечать переваги перед конкурентом в умовах, що швидко змінюються. Ці можливості залежать від ймовірності досягнення успіху та від ступеня привабливості здійснення їх для підприємства. В свою чергу, досягнення цього успіху залежить від використання фірмою особливостей підприємницької діяльності, порівняно з конкурентами, та від відповідності цієї діяльності потребам галузі та споживачів.

Таким чином, об'єктом досліджень ситуаційного підходу виступають найбільш значущі в управлінні ситуаційні зміни, зокрема у сферах лідування, побудови організаційних структур, кількісних оцінок тощо.

3. Системний підхід

Системний підхід до управління полягає у вивченні найбільш загальних форм організації, передбачає перш за все вивчення частин системи, взаємодію між ними, дослідження процесів, що пов'язують частини системи з її цілями.

Згідно системного підходу, менеджмент – це система програмно-цільового управління, поточного та перспективного планування та прогнозування науково-технічних розробок, організації виробництва, реалізації товарів та послуг з метою підвищення ефективності господарювання, задоволення потреб ринку та суспільства в цілому, збільшення прибутку.

Згідно даного підходу, система управління повинна відповідати сучасним ринковим умовам, тобто: бути адекватною складній технології виробництва, що вимагає розробки нових видів контролю, організації і поділу праці; враховувати вимоги до рівня якості обслуговування споживачів і часу виконання договорів, що стали занадто високими для традиційних виробничих систем і механізмів прийняття рішень. враховувати серйозну конкуренцію на ринку товарів і послуг, що суттєво змінила вимоги до якості продукції та зумовила необхідність організації післяпродажного обслуговування і надання додаткових фірмових послуг; мати високу гнучкість виробництва, що дозволяє швидко змінювати асортимент виробів (послуг); враховувати зміни структури витрат виробництва; брати до уваги необхідність урахування невизначеності зовнішнього середовища.

Системний підхід до управління сьогодні широко використовується при вивченні явищ і процесів у будь-яких системах. На відміну від локального підходу, який передбачає вивчення структури і функціональних особливостей автономних, окремо взятих елементів системи, системний підхід розглядає кожен об'єкт як систему і орієнтує дослідника на розкриття його цілісності, виявлення в ньому різноманітних типів зв'язків і зведення їх у єдину теоретичну картину.

Використання теорії систем до управління підприємством в умовах конкурентних відносин суттєво полегшує керівникам завдання побачити організацію в єдності її складових частин, які тісно переплітаються із зовнішнім середовищем, його складовими елементами. Водночас формування системи менеджменту підприємства – складний процес, який потребує інтеграції основних положень і системного, і процесного, і ситуаційного підходів, а також внесків різних шкіл управління.

УМОВИ ВИНИКНЕННЯ І РОЗВИТКУ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто та проаналізовано основні причини та умови виникнення кризи та подальший її розвиток на підприємстві. Здійснено дослідження факторів, що обумовлюють появу та розвиток кризових явищ в діяльності підприємства. Розкривається поняття кризи на підприємстві, проводиться систематизація причин її виникнення та класифікаційних ознак кризових явищ, наводяться головні параметри, що описують кризу на підприємстві.

Проблема дослідження можливостей виживання в умовах глобальної економічної кризи є на сьогодні однією із найбільш актуальних для всіх суб'єктів господарювання. Управління підприємством в кризових ситуаціях, як в системі регіональної, так і національної економіки в цілому, є вкрай важливим, оскільки саме управління, як одна із невід'ємних функцій будь-якої організованої системи покликане забезпечити збереження і розвиток цієї системи. В умовах постійної зміни факторів зовнішнього середовища і внутрішніх умов здійснення управлінської діяльності збільшується ймовірність періодичного виникнення кризи підприємства. Запобігати банкрутству і забезпечувати тривале процвітання організації – важливе завдання. Тож аналіз умов виникнення і розвитку кризи на підприємстві набуває особливої актуальності.

Теоретичним, методологічним і практичним аспектам управління діяльністю підприємств в період нестабільності та в період кризи присвячені праці таких зарубіжних авторів, як Е. Альтмана, В. Бівера, М. Хаммера, Д. Чампі, Р. Хіта, Дж. Фулмера, І. Бланка, В. Кошкіної, Е. Короткової, Ю. Бриггема, Е. Уткіної, Г. Іванової, О. Ковальнової, Г. Курошевої, О. Градова, Н. Родіонової та інших, що дозволяє опанувати цей досвід та використати його у вітчизняній практиці.

Проблемам управління діяльністю підприємств в кризових ситуаціях також присвячено ряд досліджень українських науковців, серед них слід зазначити праці таких учених, як О. Терещенка, Л. Лігоненко, М. Долішнього, С. Оборської, О. Кузьміної, Є. Бойка, О. Арєф'євої, І. Школи, В. Герасимчука, В. Петренка, О. Мозенкова, В. Василенка, П. Беленького, О. Тридіда, І. Лукинової, О. Пушкаря, О. Проскури, О. Третяка, Ю. Шембеля, А. Штангрета, В. Короля, В. Байцима, О. Іваниці та інших.

Метою даної статті є дослідити причини виникнення кризових ситуацій у діяльності підприємств.

Завданням статті – дослідити теоретико-методологічні аспекти впливу кризових явищ на управління діяльністю підприємства. Розглянути основні причини виникнення та фактори, що обумовлюють появу кризових явищ на підприємстві.

Світова фінансово-економічна криза набула глобального розмаху і повною мірою торкнулась економіки України. Наслідки кризи є значно відчутними для 99% вітчизняних підприємств. Термін «криза» означає різкий перелом, тяжкий перехідний стан, крайня точка падіння, гостра нестача, невідповідність. Криза змінює тенденції життєдіяльності системи, тобто порушує її стійкість, радикально її оновлює. Кризові явища в діяльності підприємства є моментом різкого загострення суперечностей, які виникають у процесі взаємодії окремих елементів мікроекономічної системи між собою та з зовнішнім оточенням. Причини криз, що виникають на підприємстві, можуть бути різними. Вони поділяються на об'єктивні, що пов'язані з циклічними потребами модернізації та реструктуризації підприємств, а також з несприятливими впливами зовнішнього середовища організацій, і суб'єктивні, що відображають помилки і волюнтаризм в управлінні.

Причини криз можуть мати як природний характер, що відображають явища клімату, землетрусу, повені та інші катаклізми природного походження, так і техногенний відбиток, пов'язаний з діяльністю людини.

Також причини кризи можна поділити на зовнішні, або екзогенні (які не залежать від діяльності підприємства), та внутрішні, або ендогенні (що залежать від підприємства). Зовнішні пов'язані з тенденціями і стратегією макроекономічного розвитку чи навіть розвитку світової економіки, конкуренцією, політичною ситуацією в країні. Вплив зовнішніх факторів кризи має стратегічний характер. Вони зумовлюють фінансову кризу на підприємстві. Якщо несвоєчасно реагувати на них, тобто якщо не створено системи раннього попередження та реагування, одним із завдань якої є прогнозування банкрутства, то така система функціонує недосконало. Внутрішні причини кризового стану на підприємстві пов'язані, як правило, з ризикованою стратегією маркетингу, внутрішніми конфліктами, недоліками в організації виробництва, недосконалістю управління, інноваційною й інвестиційною політикою.

Подолання кризи дає можливість продовжити життєдіяльність підприємства, забезпечити його відродження на тому ж самому або вищому рівні організації та ефективності. Тобто подальший розвиток підприємства можливий лише за умови подолання кризових явищ.

Слід зазначити, що для появи та розвитку цих явищ потрібні певні фактори, які можна класифікувати наступним чином (рис. 2).



Рис. 1. Причини криз на підприємстві.

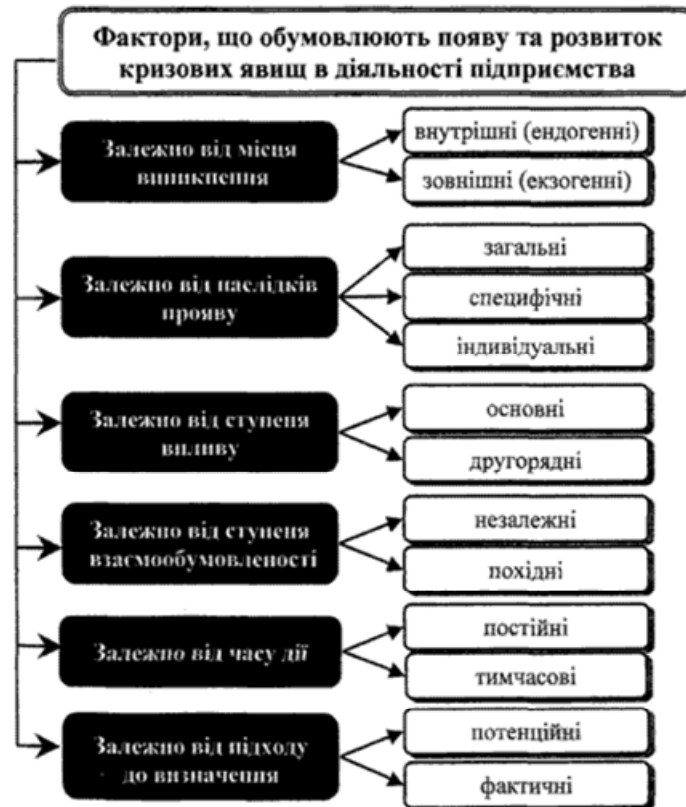


Рис. 2. Класифікація факторів, що обумовлюють появу та розгортання кризових явищ в діяльності підприємства

В економічних дослідженнях під фактором прийнято розуміти умови, що є необхідними та визначальними для даного процесу (явища), а також причини, що безпосередньо обумовлюють його виникнення або отриманий результат. Найважливіше значення в процесі дослідження має виокремлення груп зовнішніх та внутрішніх кризових факторів, виділення різноманітних факторіальних підгруп у межах кожної з них.

Класифікувати зовнішні кризові фактори можна наступним чином (рис. 3):



Рис. 3. Класифікація зовнішніх кризових факторів

Внутрішні фактори, що обумовлюють появу кризових явищ, також достатньо різноманітні.

Первинним внутрішнім фактором (першопричиною кризи) є погане керівництво. Важливим є створення команди, яка добре керує, реагує на несприятливі зовнішні обставини та може застосувати дії, які сприяють відродженню. У той самий час погане керівництво зазнає краху. Варто виокремити такі недоліки керівництва, які зумовлюють кризовий тип менеджменту: владний склад керівників; недостатні знання керівництва; незбалансована адміністративна команда; команда, яка погано працює; відсутність стратегічного підходу; слабка дисципліна; аморальність та недостатність ентузіазму.

Погане керівництво посилює дію такого фактора кризи і банкрутства, як недостатній контроль. Даний фактор виявляє себе в трьох найважливіших царинах: відсутність планування та необґрунтоване прийняття рішень; недостатній фінансовий контроль; недостатність маркетингових зусиль.

Типовою причиною краху підприємств є погане планування та прийняття рішень. Якщо керівники не планують роботу своєї компанії, то проблеми виникають «сьогодні на сьогодні». Неправильні рішення або їх відсутність свідчать про неможливість реагувати на зміну ділової кон'юнктури.

Доведено, що для ефективної роботи підприємства керівник повинен: оцінювати кон'юнктуру, в якій діє компанія, приділяючи першочергову увагу зовнішнім факторам; оцінювати наявність ресурсів; встановлювати цілі та визначати стратегію діяльності підприємства; розробляти довгострокові та короткострокові програми дій для досягнення поставлених цілей. Незнання або неспроможність якісно та своєчасно виконувати ці функції підштовхують підприємство до неминучого краху.

Недостатній контроль обумовлює ситуацію, за якої підприємство не знає про свій стан, не має необхідної інформації, щоб визначити напрям та шлях руху. Типовими помилками в цій сфері визнаються: недостатній бюджетний контроль; невикористання планів руху готівки; неповна інформація про рентабельність виробництва та реалізацію окремих продуктів (робіт, послуг, напрямів діяльності); поганий контроль за кредиторами; надмірні витрати; недостатність маркетингових зусиль для розширення обсягів збуту.

Недостатній контроль зумовлює включення до процесу розвитку банкрутства третього фактора, який названо дисбалансом дій.

Таким чином, можна зробити висновок, що якими б не були причини та зовнішні передумови погіршення стану підприємства, першопричиною будь-якої кризи є діяльність або бездіяльність керівництва та менеджменту підприємства, неспроможність забезпечити належну якість управління в існуючих умовах господарювання.

Отже, як свідчать результати багатьох досліджень, розгортання кризи є результатом спільної й водночас негативної дії обох видів факторів, частка впливу яких може бути різною.

В умовах ринкової економіки діяльність суб'єктів господарювання супроводжується виникненням кризових явищ. Причинами виникнення кризи можуть бути як зовнішні (розвиток світової економіки, конкуренція, політична ситуація, недосконале законодавство тощо), так і внутрішні фактори (недостатній рівень кваліфікації персоналу, прорахунки в інвестиційній політиці, високий ступінь зношення виробничих засобів тощо), хоча зазначені причини впливають на виникнення кризового стану підприємства в комплексі, однак практично завжди є індивідуальними для кожного підприємства.

Отже, криза – об'єктивне явище в соціально-економічній системі, в основі функціонування і розвитку якої лежить керівна діяльність людини. В економічній теорії досліджено і зроблено висновок – щоб запобігти кризі, потрібно ефективно управляти економічною системою. Можливо, в майбутньому людина взагалі виключить кризи з розвитку соціально-економічних систем, а нинішні кризи характеризують лише рівень розвитку людини, нестачу знань, недосконалість управління. Але, як свідчить практика розвитку суспільства й економіки, сьогодні в життєдіяльності сучасних підприємств неможливо уникнути кризових ситуацій, тож завданням керівника є завчасно виявити причини виникнення та розвитку кризи на підприємстві та ефективно й швидко її подолати з мінімальними збитками для підприємства.

Список використаних джерел:

1. Копа М.В. Узагальнення підходів до визначення сутності антикризового управління / М.В. Копа // Управління ризиком. – 2010. – № 21. – С. 164-166.
2. Супрун А. Антикризове фінансове управління в страхових компаніях: інституційний і фінансовий аспект / А. Супрун // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9. Частина 1. – С. 321-324.
3. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська // – К.: КНЕУ, 2004. – 196 с.
4. Чернишов В.В. Сучасне розуміння поняття антикризового управління / В.В. Чернишов // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 6. – С. 21-24.
5. Сажієнко С.А. Роль антикризового управління в запобіганні банкрутства підприємств / С.А. Сажієнко // Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки, 2009. – № 6. – Т. 2. – С. 52-55.

Вікторія Трішук, 5 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф,
Наук. кер. – Гнатишина Н.Д.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкових відносин, фінансова безпека підприємства, як об'єкт управління набуває особливої актуальності. Процес забезпечення фінансовою безпеки потребує комплексного підходу до його розгляду, розробки концептуальних основ управління. В цій статті визначені головні принципи на яких повинна базуватися система управління фінансовою безпекою підприємства.

В умовах ринкової економіки фінансово-господарська діяльність підприємства супроводжується впливом різних загроз, зміст яких залишається перманентним протягом тривалого періоду, але при цьому постійно змінюються форма їх реалізації і масштаби заподіяної ними шкоди. Наслідки впливу загроз на підприємство різноманітні: порушується фінансова стійкість підприємства, не досягаються стратегічні цілі. Перехід до ринкової економіки, призвів до збільшення числа господарюючих суб'єктів і, як наслідок, посилення конкуренції, суперечливий розвиток економіки країни призвели до трансформації самої предметної області та зміни способів й засобів забезпечення фінансової безпеки підприємства. Фінансова безпека держави неможлива без фінансової безпеки підприємства, тому що добре функціонуюче та прибуткове підприємство є підґрунтям для захищеності економічних інтересів держави та її національної економіки [1, с. 8].

Дослідження фінансової безпеки суб'єктів господарювання на сьогодні є доволі проблемним. Наукові розробки у цій галузі знань практично відсутні. Значно більше уваги приділяється вивченню економічної безпеки підприємства загалом.

Вирішенню окремих аспектів забезпечення фінансової безпеки на рівні господарюючих суб'єктів приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні дослідники як, О.І. Барановський, В.В. Бурцев, О.Д.Василик, М.Ю. Дмитрієва, М.М. Єрмошенко, Я.А. Жаліло, Н.П. Капустін, О.Ф. Новикова, Є.А. Олейников, Г.А. Пастернак-Таранушенко та ін.

Мета статті – визначення сутності фінансової безпеки та основних чинників, що її зумовлюють та потребують врахування при побудові механізмів управління фінансово-економічною безпекою підприємства.

Поняття «фінансова безпека» як самостійний об'єкт управління відносно нове. Його комплексно і досить детально розглядають сучасні дослідники на макрорівні в системі більш загальних категорій – «національній безпеці» або «економічній безпеці країни». На рівні суб'єктів господарювання комплексне дослідження суті поняття «фінансова безпека» як самостійного об'єкта управління в сучасній літературі вивчено ще не достатньо та ідентифікується здебільшого звичайно лише як один з елементів економічної безпеки.

Так, С.Ф. Покропивний вважає, що серед функціональних складових (фінансова, інтелектуальна й кадрова, техніко-технологічна, політико-правова, інформаційна, екологічна, силова) економічної безпеки саме фінансова складова вважається провідною й вирішальною, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є «двигуном» будь-якої економічної системи [2, с. 598].

Мельник Л.Г. визначає фінансову безпеку як внутрішньовиробничу складову економічної безпеки. У фінансовому менеджменті за достатньо глибоких досліджень окремих елементів економічної безпеки фінансова безпека підприємства, що пов'язана із забезпеченням його фінансової стійкості, нейтралізацією фінансових ризиків, у самостійний об'єкт управління також не виділена [3, с. 648].

Поняття «фінансова безпека підприємства» є синтезованим, інтегруючим у собі важливі характеристики категорій «економічна безпека підприємства» та «фінанси підприємства», які досить детально розглядаються в сучасній літературі, що дає змогу використовувати їх теоретичну основу і методологічний апарат під час дослідження важливих змістовних характеристик поняття «фінансова безпека підприємства» як об'єкта управління.

Бланк І.О. виділяє такі істотні характеристики поняття «фінансова безпека підприємства»: 1) як основа елемента системи його економічної безпеки; 2) як базове значення рівня і структури фінансового потенціалу підприємства в забезпеченні цілей його економічного розвитку. Ця роль визначається тим, що: фінансова діяльність дає змогу реалізувати економічну стратегію підприємства; операції, пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства, мають стабільний характер, тобто здійснюються постійно; фінансова діяльність відіграє велику роль в забезпеченні стабілізації економічного розвитку підприємства загалом; ризики, які пов'язані з фінансовою діяльністю підприємства (фінансові ризики) за своїми негативними наслідками належать до категорії найбільш небезпечних [4, с.784].

Розглянувши існуючі теоретичні підходи до визначення дефініції «фінансова безпека підприємств» пропонуємо власне бачення сутності даної економічної категорії. Отже, «фінансова безпека підприємства» - це стан захищеності підприємства від негативного впливу зовнішніх та внутрішніх фінансових загроз, що забезпечить його стабільний розвиток на короткотермінову та довготермінову перспективу; та найбільш ефективне використання ресурсів підприємства, що виражається у позитивних значеннях фінансових показників діяльності підприємства.

До внутрішніх небезпек і загроз, що впливають на фінансову безпеку, відносяться навмисні або випадкові помилки менеджменту в області управління фінансами підприємства, пов'язані з: вибором стратегії підприємства; управлінням і оптимізацією активів і пасивів підприємства (розробка, впровадження і контроль управління дебіторською і кредиторською заборгованостями, вибір інвестиційних проектів і джерел їх фінансування, оптимізація амортизаційної і податкової політики).

До зовнішніх загроз можемо віднести: скупку акцій, боргів підприємства небажаними партнерами; наявність значних фінансових зобов'язань в підприємства (як великої величини позикових засобів, так і великих заборгованостей підприємству); нерозвиненість ринків капіталу і їх інфраструктури; недостатньо розвинену правову систему захисту прав інвесторів і виконання законодавства; кризу грошової і фінансово-кредитної систем; нестабільність економіки; недосконалість механізмів формування економічної політики держави [5].

Управління фінансовою безпекою визначається:

По-перше, керуваністю сукупності матеріальних, фінансових, інформаційних, людських ресурсів тощо, спрямованою на ухвалення ефективних управлінських рішень в цій області;

По-друге, якістю людських ресурсів (власників підприємства, працівників управлінського персоналу підприємства), що забезпечують динамізм, варіативність та якість ухвалення управлінських рішень;

По-третє, якістю організаційної структури як системної сукупності стосунків і взаємозв'язків між складовими організаційної структури та фахівців. В Україні проблемою управління фінансовою безпекою підприємства займаються недостатньо та не комплексно, тому що основна увага приділяється фінансовій безпеці на рівні держави та антикризовому управлінню на рівні підприємства. Останнє стає необхідним, коли підприємство вже опинилося у стані фінансової небезпеки. Головне ж полягає в тому, щоб не допустити цього.

Комплексна структура механізму управління фінансовою безпекою підприємства – це сукупність фінансових інтересів підприємства; функцій, принципів і методів управління; організаційної структури і управлінського персоналу; техніки і технології управління; фінансових інструментів, критеріїв оцінки і показників (індикаторів) рівня фінансової безпеки [6, с. 759].

Для забезпечення фінансової безпеки на підприємстві повинні функціонувати спеціальні органи. Організаційна діяльність на підприємстві передбачає створення структури, що здійснює аналіз стану фінансової безпеки підприємства як складової економічної безпеки та розробку заходів по забезпеченню економічної безпеки на підприємстві в цілому, що залежить від особливостей бізнесу може бути як власним підрозділом так і притягнутим на договірній основі.

Орган, який повинен в оперативному режимі проводити моніторинг фінансової безпеки, оперативно реагувати на зміну ситуації, регулярно готувати документи директорів та раді директорів для ухвалення рішень по тих або інших проблемах і контролювати їх виконання – це служба фінансової безпеки підприємства.

Завдання гарантування фінансової безпеки підприємства є одним із основних, пріоритетних завдань, що стоять перед усіма структурними ланками і всіма працівниками підприємства, так само як і завдання збільшення прибутку, підвищення власного добробуту. Ефективний захист економічних інтересів фірми може бути забезпечений лише у разі об'єднання зусиль її персоналу: адміністрації, інженерно-технічних працівників, службовців, робітників.

Служба фінансової безпеки як відділ підприємства вирішує завдання:

- 1) організації захисту економічних інтересів на підприємстві;
- 2) гарантування безпеки спеціальними засобами і методами. Виконуючи організаційну функцію, служба безпеки працює у взаємодії з дирекцією і відділами (функціональними ланками) підприємства.

Служба безпеки спільно з дирекцією забезпечує:

- 1) ухвалення правильних управлінських рішень (забезпечує керівництво інформацією, веде аналітичну роботу);
- 2) управління системою безпеки (консультує керівництво з питань захисту економічних інтересів);
- 3) створення режиму збереження комерційної таємниці (розробляє правила, що забезпечують його дотримання);
- 4) надання допомоги і здійснення контролю за діяльністю всіх функціональних ланок підприємства.

В підприємницькій діяльності гарантування фінансової безпеки – цілісне явище, що має свою чітку структуру й систему. Перед нею стоїть конкретна мета, якої досягають вирішенням управлінських і специфічних завдань [7].

Таким чином, для організації ефективної системи фінансової безпеки підприємства необхідна розробка відповідної документації підприємства, де мають бути визначені внутрішні і зовнішні погрози, а також критерії, на підставі яких фінансова безпека підприємства може бути визнана порушеною.

Отже, можна зробити висновки, що передумовою більшості загроз фінансової безпеки підприємств є помилкові управлінські рішення, тому пропонується адекватне застосування існуючих і розроблюваних методів управління. Управління фінансовою безпекою спрямоване на запобігання втрат ресурсів підприємства шляхом введення нових засобів захисту та контролю, підвищення ефективності бізнес-процесів. Беручи до уваги підвищену актуальність проблеми фінансової безпеки, незважаючи на значну кількість досліджень у цьому напрямку багато задач залишаються дискусійними і недостатньо розробленими, що не дозволяє ефективно здійснювати процес у правління фінансовою безпекою підприємства в наслідок неефективності механізму.

Список використаних джерел:

1. Амосов О. Ю. Формування системи оцінки фінансової безпеки підприємств/ О.Ю. Амосов // Економіка и управление. – 2012 р.- №1–8 с.
2. Економіка підприємства / за ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во КНЕУ, 2001. – 528 с.
3. Економіка підприємства / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.Г. Мельника. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. – 648 с.
4. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Вид-во "Ельга", "Ника-Центр", 2004. – 784 с.
5. Ермошенко М. М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення: монографія [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.disslib.org/upravlinnjaekonomichnoju-bezpekoju-pidpryemnystva>.
6. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) / Барановський О. І. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 759 с.
7. Олодізев О.М., Середіна А.В. Державна система управління фінансовою безпекою України та правові засади функціонування [Електронний ресурс]. / Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5941/1/10_30_47.pdf

Аліна Федоряк, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф,
Наук. кер. – Бутирська І.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУТЬ, ПРИНЦИПИ І ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню сутності, принципів і процесу стратегічного планування у діяльності підприємства. Визначено основні фактори, що впливають на стратегічний вибір.

У сучасних умовах основною передумовою застосування стратегічного планування є виникнення несподіваних змін у зовнішньому оточенні фірми. Їх причиною можуть бути насичення попиту на ринку діяльності фірми, зміни в технології виробництва як всередині, так і за межами фірми, несподівана поява конкурентів на ринку.

У таких ситуаціях традиційні прийоми і досвід не відповідають завданням усунення загроз і використанню нових можливостей. Якщо фірма немає єдиного стратегічного плану, то не виключено, що різні філії та підрозділи виробляють суперечливі неефективні рішення. Служба маркетингу боротиметься за відновлення попереднього попиту, керівництво робитиме капіталовкладення в автоматизацію застарілого устаткування, а служба наукових досліджень і проектування розроблятиме нову продукцію на базі старої технології [1, с.142]. Це призведе до нових конфліктів, затримає переорієнтацію фірми на нові види діяльності, зробить її роботу неритмічною і неефективною.

Опинившись у такій ситуації, фірма повинна вирішити дві проблеми:

1. Вибрати потрібний напрям розвитку з численних альтернатив, які важко піддаються аналізу і оцінці.
2. Розробити конкретні програми і спрямувати зусилля керівного складу і колективу в потрібне русло.

Стратегічне планування складає набір дій і рішень, які приводять до розробки специфічних стратегій, призначених для досягнення поставлених цілей організації. Його завдання полягає у впровадженні нововведень і змін. У рамках стратегічного планування виділяють чотири основних види управлінської діяльності.

1. Розподіл ресурсів. Цей процес включає розподіл обмежених ресурсів, таких як матеріальні і фінансові фонди, дефіцитні управлінські таланти і технологічний досвід.

2. Адаптація до зовнішнього оточення. Адаптацію слід інтерпретувати в широкому розумінні. Вона охоплює всі дії стратегічного характеру, які поліпшують відносини фірми з зовнішнім оточенням. Необхідно пристосовуватись як до сприятливих можливостей, так і до загроз. Слід виявити відповідні варіанти, які б забезпечили ефективне пристосування фірми до зовнішніх умов існування. Стратегічне планування процвітаючих фірм пов'язане насамперед зі створенням нових можливостей за рахунок розробки і впровадження більш вдосконалених виробничих систем, а також шляхом взаємодії з урядом і суспільством в цілому [2].

3. Внутрішня координація включає узгодженість стратегічних дій для відображення сильних і слабких сторін діяльності фірми з метою досягнення ефективної інтеграції внутрішніх операцій. Цей процес є невід'ємною часткою управлінської діяльності.

4. Стратегічне передбачення. Ця діяльність включає здійснення прогностичних процедур, що можуть базуватись як на інтуїтивному, так і формалізованому підходах. В останньому випадку застосовуються імітаційні моделі, що дозволяють моделювати на комп'ютері можливість виникнення загроз і сприятливих можливостей. Цей процес базується на систематичному розвитку мислення менеджерів шляхом їх навчання з допомогою ділових ігор, основу яких складають моделі минулих стратегічних рішень. Здатність навчатись на минулому досвіді дає можливість правильно скоригувати стратегічний напрям і підняти рівень професіоналізму. Досвід сучасного управління свідчить, що намагання керівництва навчатись на минулому досвіді і прогнозувати майбутнє приносить стійкий успіх. Місце керівника вищого рівня визначається не тільки в ініціюванні процесу стратегічного планування, але й зі здійсненням, об'єднанням і оцінкою цього процесу.

Стратегічне планування є видом діяльності, що включається в інтерактивну орієнтацію, тому для нього є характерними такі принципи, як принцип участі, принцип безперервності, принцип підпорядкованості.

Принцип участі. Більшість плановиків і тих, хто використовує плани, вважають, що головну користь приносить продукт планування - сам план. Однак у стратегічному плануванні найважливішим продуктом виступає не сам план, а процес планування і його реалізація. Раціональним зерном цього принципу є те, що, по-перше, участь в процесі дозволяє його учасникам зрозуміти цілі організації, її структури, методів і засобів розв'язку завдань; по-друге, це дозволяє співробітникам інтелектуально розвивати себе і, відповідно, підняти рівень організації.

Принцип участі виходить з того, що ніхто не може планувати ефективно для іншого. Краще планувати для себе погано, ніж бути запланованим іншими. Тому стратегічним плануванням безпосередньо повинні займатись менеджери, а не фахівці відділів планування. Однак це не означає, що фахівці з планування не повинні займатись розробкою стратегічних планів. Їх завдання полягає в полегшенні процесу планування менеджерами. Вони повинні забезпечувати мотиви, інформацію, знання, необхідні для проведення стратегічного планування.

Принцип безперервності. В більшості випадків планування має дискретний характер. Для стратегічного планування лаг часу становить 3, 5 або 10 років. Коли план затверджено процес планування призупиняється до наступного такту. Через появу змін, непередбачуваних подій і конфліктних ситуацій жоден план, як би детально він не був розроблений, не виконується так, як цього очікується. Тому очікувані результати і передумови їх отримання слід постійно переглядати. Суть цього принципу полягає в тому, що при стратегічному плануванні необхідна система постійного контролю, аналізу і модифікації планів, в основі якої лежало б врахування ймовірності появи змін як всередині фірми, так в її зовнішньому оточенні.

Принцип підпорядкованості включає в себе дві частини: принцип координації і принцип інтеграції. Кожен з них відноситься до свого виміру діяльності фірми. Оскільки будь-яка організація має ієрархічну структуру, ділиться на рівні, кожен з яких включає підрозділи, які розрізняються за функціями, то потрібна координація, яка б забезпечила взаємодію елементів одного рівня, і інтеграція, яка б об'єднала стратегії елементів різних рівнів.

Успіх застосування стратегічного планування залежить від ступеня організованості процесу розроблення і виконання. Саме стратегічне планування успіху не принесе: так само, як автомобіль, заправлений невідповідним паливом, не зможе рухатись, так і фірма, що розробляє стратегічні плани, може зазнати краху через помилки в організації, мотивації і контролі виконання плану. Тому важливе місце в стратегічному плануванні займає процес розроблення і реалізації плану, який у загальному вигляді схематично подано на рис. 1.

Як бачимо, процес має циклічний характер. Охарактеризуємо окремі блоки процесу розробки і реалізації стратегії.

Визначення та вивчення альтернатив. Після аналізу зовнішнього оточення та внутрішнього середовища керівництво має приступити до визначення альтернатив стратегічного розвитку, представлених, як правило, наступними варіантами – обмежене зростання, розширення, скорочення, комбінація (поєднання) трьох перших.

1. Обмежене зростання. Для нього є характерним встановлення цілей залежно від досягнутого рівня. Ця стратегія застосовується в зрілих галузях зі сталою технологією, коли фірма задоволена своїм станом. Організації вибирають таку стратегію тому, що це є найлегший, найзручніший і найменш ризикований спосіб дії. Якщо фірма була прибутковою в минулому, коли притримувалась даної стратегії, то вона буде дотримуватися її і в майбутньому. Суть цієї стратегії коротко можна охарактеризувати так: краще менше, але постійно.

2. Розширення. Стратегія росту здійснюється шляхом щорічного значного підвищення рівня короткотермінових і довготермінових цілей над рівнем показників минулого року. Вона застосовується в галузях, що динамічно розвиваються, для яких є характерним швидка зміна технологій. Цієї стратегії дотримуються керівники, що прагнуть до диверсифікації (зміни), щоб покинути ринки, які перебувають у стагнації. В нестійких галузях відсутність розширення означає банкрутство. Зростання може бути внутрішнім і зовнішнім. Внутрішнє проходить за рахунок розширення асортименту товарів, а зовнішнє може бути у суміжних галузях в формі вертикального і горизонтального зростання (наприклад, виробник купляє оптову фірму-постачальника або одна фірма купує іншу). Таке розширення приводить до об'єднання фірм різних галузей.

3. Скорочення. Альтернативою, яку не часто вибирають керівники і яку часто називають стратегією останнього засобу, є стратегія скорочення. Для неї характерно те, що рівень поставлених цілей є нижчим від досягнутих у минулому. Фактично, для багатьох фірм скорочення означає здоровий шлях раціоналізації і переорієнтації. В рамках цієї альтернативи може бути декілька варіантів:

1. Ліквідація.

2. Повний розпродаж матеріальних запасів і активів фірми.

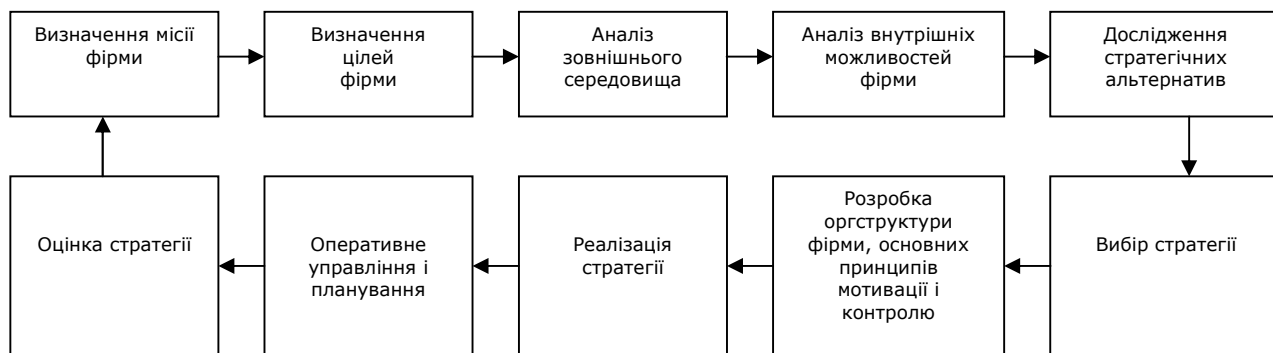


Рис. 1. Структура процесу стратегічного планування

Відсікання зайвого. Фірма ліквідує деякі підрозділи і види діяльності.

Скорочення і переорієнтація. Цей варіант є характерним для застійної економіки. Полягає в закритті видів діяльності і підрозділів і переходу до нових видів діяльності і відповідно відкритті нових підрозділів.

Поєднання всіх альтернатив притримуються великі фірми, що активно діють в декількох галузях.

Вибір стратегії. Після визначення і вивчення альтернатив керівництво повинно обрати конкретну стратегію. Метою цього блоку є вибір стратегічної альтернативи, яка максимально підвищила б довготермінову ефективність організації. Ділова стратегія організації - це довготривалий план підтримки її діяльності в такому стані, який би відповідав головному принципу - ефективності. Важливим обов'язком і правом керівництва є здійснення впливу на всю організацію. Щоб здійснити цю процедуру, керівники вищого рівня повинні мати чітку і схвалену всіма співробітниками концепцію фірми і її майбутнього. Вибір повинен бути визначеним і однозначним, достатньо дослідженим і оціненим.

Основними факторами, що впливають на стратегічний вибір, є:

1. Ризик - слід відповісти на питання, який рівень ризику є прийнятним.
2. Знання минулих стратегій - їх вплив на вибір нової стратегії є значним.
3. Реакція на власників - нерідко власники (держава, акціонери, приватні особи) обмежують гнучкість керівництва при виборі альтернативи. Тому їх вплив слід обов'язково враховувати.
4. Фактор часу у прийнятті рішення може сприяти успіху або невдачі. Реалізація навіть хорошої ідеї в невдалий час може призвести до провалу.

Таким чином, стратегічне планування представляє собою процес вибору цілей для організації і рішення про те, що слід зробити для їх досягнення. Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень. Стратегічні плани розробляються з загальнофірмових позицій.

У стратегічному плануванні важливе місце відводиться зв'язку між цінностями, яких дотримується вище керівництво, і загальними цілями фірми. Тому керівництво обирає стратегію після того, як проведено аналіз зовнішніх можливостей і загроз, внутрішніх сильних і слабких сторін, а також коли оцінені альтернативи і варіанти.

Список використаних джерел:

1. Дударь А.П., Федішин А.Я. Особенности формирования конкурентной стратегии торгово-производственной фирмы. - Симферополь: Таврида, 2000. - 182 с.
2. Аналоги Фархад. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 400 с.
3. Хасси Д. Стратегия и планирование / Пер. с англ. Под ред. Л.А. Трофимовой. - СПб: Питер, 2001. - 384 с.

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У статті автором розкрито, що українська модель корпоративного управління знаходиться на стадії формування. Тому є досить різнобічною, вбирає в себе риси різних класичних моделей, які є більш адекватними в різні періоди розвитку транзитивної економіки.

Підхід до економічних процесів неможливий без створення нової системи економічних відносин господарюючих суб'єктів. Які, в свою чергу, для досягнення позитивних фінансових результатів повинні покладатися на власні можливості, забезпечувати конкурентоспроможність, ініціативність та інновації, швидко й адекватно реагувати на потреби ринку, враховуючи попит та пропозиції, ціни. Вирішення цих завдань вимагає комплексного підходу і відображення в планах стратегічного управління підприємством. Цим забезпечується погодження інтересів підприємства з факторами ринкового середовища на підставі прийняття оптимальних рішень у сфері стратегічної діяльності. Успішне функціонування підприємства в ринковому середовищі передбачає високу ефективність його діяльності та можливість пристосовуватись до зовнішніх умов, які змінюються.

Проблемам корпоративного управління присвячені праці закордонних та українських вчених, серед яких В.Гриньова, Т. Долгопята, О.Носова, А.Сірко. Корпоративне управління є складною, багатофункціональною категорією. Вона потребує глибокого та комплексного підходу. Також, активізації досліджень в цьому напрямі, стратегічна перспективність якої в сучасній глобальній економіці очевидна визначають актуальність даного дослідження.

Метою даної статті є дослідити особливості управління трудовим колективом в умовах невизначеності.

Завданням статті є дослідити теоретико-методологічні аспекти процесу управління трудовим колективом.

Проблемам корпоративного управління присвячені праці закордонних і українських вчених. Корпоративне управління є складною, багатофункціональною категорією, що потребує глибокого та комплексного підходу. Специфіка формування корпоративного сектора в різних економічних системах впливає на його подальший розвиток. Розвиток корпоративного сектора неможливий без створення ефективної моделі корпоративного управління.

Корпоративне управління має спеціальні функції, притаманні лише йому. До таких конкретних управлінських функцій належать:

- регулювання руху корпоративних цінних паперів на фондовому ринку, регулювання проведення загальних зборів, формування органів управління між;
- загальними зборами та надання їм певних повноважень, робота з фінансовими посередниками, організація депозитарної та реєстраційної діяльності, організація виплати дивідендів, ознайомлення акціонерів з інформацією, реорганізація корпорації.

Зрозуміло, що вказані вище функції корпоративного управління не є вичерпними, але в основному існують у таких видах і напрямках. Функції корпоративного управління доцільно розглянути з погляду організаційних, а саме таких, що відображають як загальну структуру галузей управління, так і стадії здійснення управління: планування, організація, координація, контроль, мотивація (рис. 1).

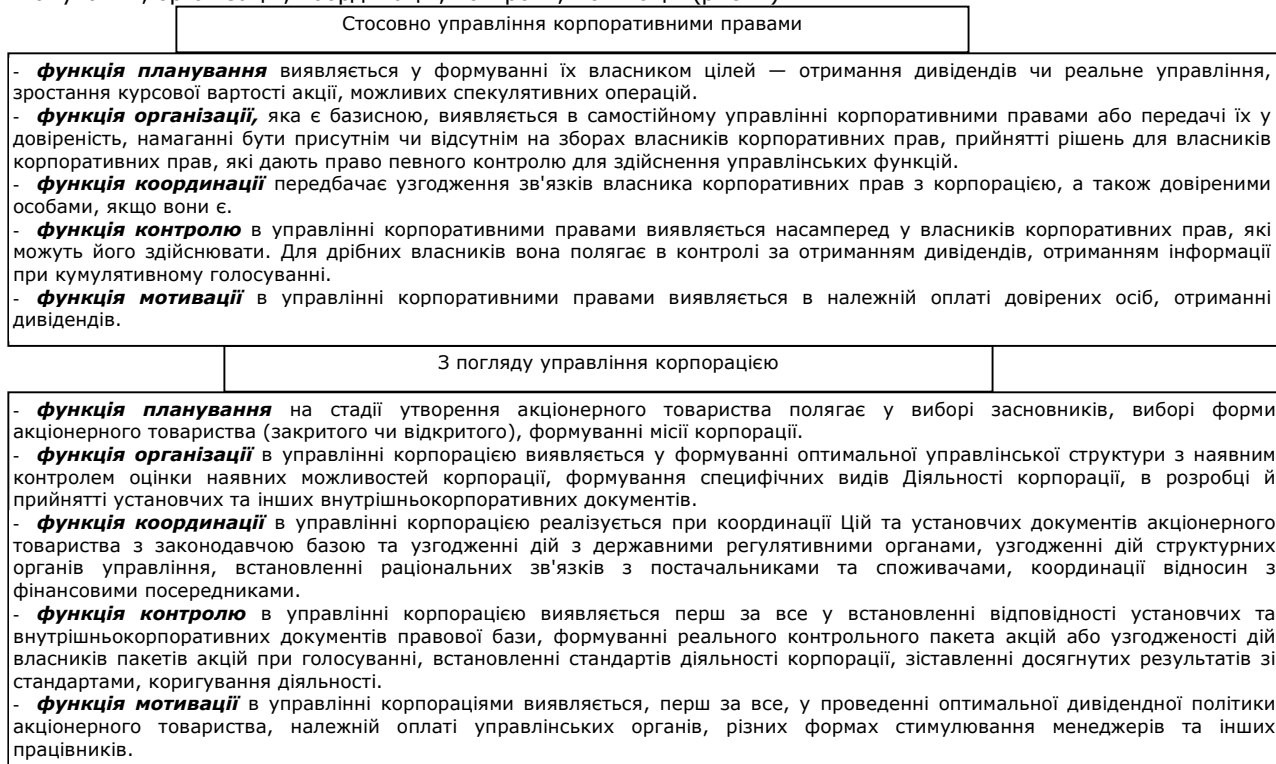


Рис. 1. Функції корпоративного управління щодо корпоративних прав

Одним з основних елементів інституціоналізації ринкової економіки є розвиток корпоративного сектора. Специфіка формування корпоративного сектора в різних економічних системах впливає на його подальший розвиток. Така умова створює умови для подальшого розвитку та інтеграції в світову економіку. Розвиток корпоративного сектора неможливий без створення ефективної моделі корпоративного управління. Практика корпоративного управління відображає як міжнародний, так і національний досвід діяльності корпорацій у світі. На підставі цього було розроблено класифікацію стандартів (рис. 2).

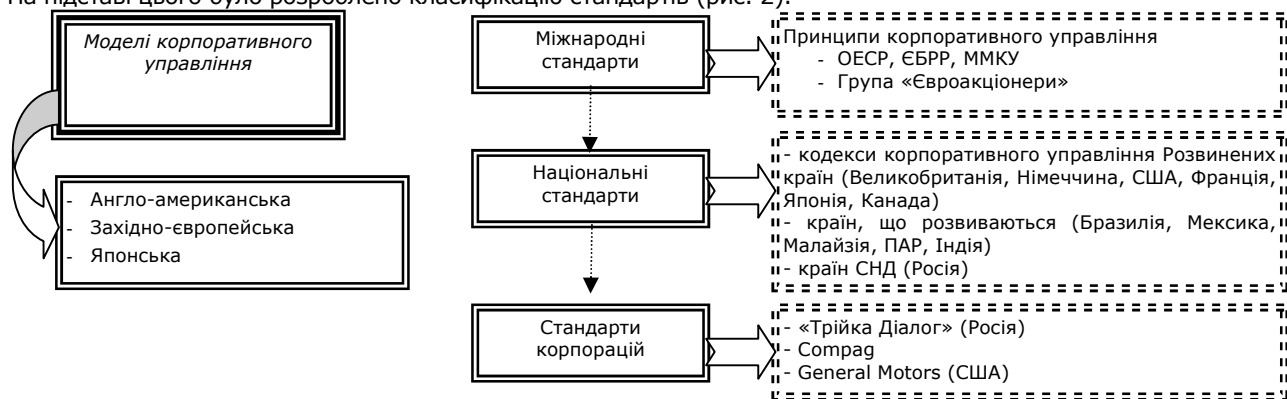


Рис. 2. Класифікація стандартів корпоративного управління

При розгляді корпоративного управління слід звернути увагу на принципи корпоративного управління. Принципи покликані допомогти урядам як країн-членів, так і країн, що не є членами ОЕСР, у проведенні заходів щодо оцінки й удосконалення правової, інституційної та нормативної бази корпоративного управління, а також надати орієнтири та рекомендації фондовим біржам, інвесторам, корпораціям та іншим сторонам, що відіграють певну роль у процесі удосконалення корпоративного управління. Принципи зосереджені на проблемах, які виникають унаслідок розмежування власності та управління, визначають межі, у яких розробляються цілі компанії, засоби досягнення цих цілей, здійснення моніторингу діяльності компанії.

Процес формування корпоративного управління повинний ґрунтуватися на базових властивостях характерної інституціональної матриці. В Україні інститути корпоративного управління досі знаходяться в стадії формування через те, що в ході проведення реформ була недооцінена необхідність реальних інституціональних змін, а директивне впровадження інститутів та їх насаджування з боку держави сприяло економічному занепаду.

Особливістю функціонування інституційного середовища українського корпоративного управління є наявність неформальних інститутів, що діють у позаправовому полі та характеризуються відторгненням норм підприємницької культури розвинених країн. Недостатність розвитку інституційних норм корпоративного управління «компенсується» механізмами неформального впливу.

Негативно на процес розвитку корпоративного управління в Україні впливає політизація інституційного середовища, яка проявляється у переплетінні політичних правил гри з економічними, що стало наслідком злиття фінансово-економічних та політичних інтересів. В боротьбі за корпоративний контроль головну роль відіграють політичні зв'язки, належність до певної партії та підтримка влади. Не зважаючи на те, що формальна інституціоналізація в Україні в основному завершена – прийнята низка законів, підзаконних актів, корпоративних кодексів, які не відіграють своєї інституційної ролі, для реалізації реальної інституціоналізації залишається чимало проблем. В умовах відставання реальної інституціоналізації від формальної представники корпоративного сектора прагнуть перекласти витрати з реорганізації та реальної інституціоналізації на державу та максимально використовують ці процеси для особистого збагачення.

Таким чином, корпоративне управління є інституціональним утворенням, до складових якого належать інститути, учасники корпоративних відносин, правила, норми корпоративного управління та структури, що втілюють ці правила на міжнародному, національному та корпоративному рівнях.

Таким чином, аналіз особливостей становлення моделі корпоративного управління України свідчить про необхідність наступних заходів щодо удосконалення моделі корпоративного управління: стимулювання формування сильного та стабільного приватного сектора, заснованого на ефективній системі права власності та контролю, де чітко визначена структура власності на акціонерний капітал; сприяння забезпеченню прав акціонерів, що є важливою передумовою виникнення ефективних власників, здатних брати активну участь у розвитку підприємств; удосконалювати нормативно-правові механізми щодо захисту прав дрібних власників акцій та їх правозастосування; забезпечення як прийняття законів щодо корпоративного управління, так і, що найважливіше, їх правозастосування.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л. Є. Корпоративне управління : Навчальний посібник [Текст] / Л. Є. Довгань, В. В. Пастухова, Л. М. Савчук. – К. : Кондор, 2007. – 180 с.
2. Євтушевський В. А. Корпоративне управління: підручник [Текст] / В. А. Євтушевський – К. : Знання, 2006. – 406 с.
3. Євтушевський В. А. Стратегія корпоративного управління : монографія [Текст] / В. А. Євтушевський, К. В. Ковальська, Н. В. Бутенко. – К. : Знання, 2007. – 287 с.
4. Задихайло Д. В. Корпоративне управління: навчальний посібник [Текст] / Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назарова. – Х. : Еспада, 2003. – 688с.
5. Круш П. В. Формування та розвиток моделі корпоративного управління в трансформаційній економіці: Навчальний посібник [Текст] / За заг. ред. П. В. Круша – К. : ЦНЛ, 2007. – 264 с.
6. Сірко А. Корпоративна власність у транзитивній економіці / А. Сірко // Економіка України. – 2003. – №. -2. – С.57 - 64.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто основні напрями підвищення ефективності функціонування підприємств, фактори підвищення ефективності виробництва та чинники підвищення ефективності функціонування підприємств.

Ефективність є однією з основних категорій економіки, яка безпосередньо пов'язана з досягненням остаточного результату розвитку підприємства. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від підприємств активних дій з підвищення ефективності їх діяльності. Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Ефективність діяльності підприємства виявляє такі характеристики, як доцільність, результативність, якість та корисність, а також це співвідношення ефекту від усіх видів його діяльності і сукупність витрат на досягнення цього ефекту. Тому, у сучасних умовах набуває особливої актуальності питання підвищення ефективності діяльності підприємств.

Ефективність підприємства залежить від багатьох факторів: попиту на продукцію, що випускається, її конкурентоспроможності, технічного рівня виробництва, його відповідності сучасним вимогам, кваліфікації виробничого і управлінського персоналу тощо [1, с.21].

Метою статті є дослідження показників системи економічної ефективності діяльності підприємств для подальшого визначення основних шляхів підвищення ефективності їх роботи в сучасних умовах господарювання.

В сучасних умовах підвищення ефективності підприємства є головним стратегічним напрямком розвитку всіх галузей економіки, об'єктивною необхідністю, викликаною вимогами економічних законів.

Основні фактори підвищення ефективності виробництва - це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші [4, с.68].

Економічна ефективність діяльності підприємства безпосередньо пов'язана із соціальною ефективністю цієї діяльності, оскільки результати роботи підприємства є базою для вирішення цілого ряду соціальних проблем.

Важливо знайти дійові напрями підвищення ефективності функціонування підприємств. Для розв'язання цього завдання певного значення набуває класифікація чинників його зростання. Взагалі всі чинники підвищення ефективності функціонування підприємств зводяться до трьох напрямків: 1) управління витратами і ресурсами; 2) напрями розвитку і удосконалення виробництва та іншої діяльності; 3) напрями удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності.

Перший з напрямків підвищення ефективності діяльності підприємства — ресурсний — відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці.

У межах другого, тобто організаційного, напрямку здійснюється пошук можливостей підвищення ефективності тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління.

Важливою складовою ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення, є організація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт – від рівня робочого місця окремого робітника чи спеціаліста до рівня підприємства в цілому.

Останнім напрямком пошуку можливостей підвищення ефективності є технологічний. Вирішення проблеми технологічного відставання особливо актуальне для українських підприємств. Причому проблема ця є комплексною і має, принаймні, два компоненти: матеріальний та нематеріальний. Перший з них – це удосконалення технічної бази, а другий – організаційно-правові проблеми. На думку багатьох економістів, подолання технічного і технологічного відставання потребує не просто переходу на сучасні технології, а впровадження комплексу відносин, що називається корпоративною культурою [3].

Головною метою оцінки ефективності діяльності підприємства є виявлення можливості його подальшого розвитку, визначеного за результатами повного аналізу фінансово-господарської діяльності. Тому найважливішим завданням функціонування сучасного підприємства є підвищення ефективності його діяльності за рахунок більш повного використання його внутрішніх резервів та системна розробка шляхів підвищення ефективності діяльності [2].

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить також від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести: державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи); інституційні механізми (дослідні і навчальні центри, інститути, асоціації); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівлю); структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації).

Внутрішніми чинниками є ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, вироби) та організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління.

Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників.

Значне підвищення ефективності функціонування підприємств можливе за умови застосування сучасних управлінських методів. Як показує досвід провідних підприємств світу за допомогою ефективного менеджменту,

можна суттєво знизити витрати виробництва і підвищити ефективність функціонування підприємства. Важливим поштовхом до цього є використання мотиваційного механізму залучення працівників підприємств до участі в його управлінні, посилення стимулів до створення і впровадження раціоналізаторських пропозицій.

Становлення ринково орієнтованої системи господарювання та розвиток досконалих конкурентних відносин між її суб'єктами в Україні вимагають впровадження одночасно керівного і керованого організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити стабільне ефективне високоприбуткове функціонування найважливіших структурних одиниць - промислових підприємств - та мобільно інтенсифікувати відтворювальні процеси як на локальному, так і на глобальному рівнях [5].

Значне підвищення ефективності функціонування підприємств можливе за умови застосування сучасних управлінських методів. Як показує досвід провідних підприємств світу за допомогою ефективного менеджменту, можна суттєво знизити витрати виробництва і підвищити ефективність функціонування підприємства. Важливим поштовхом до цього є використання мотиваційного механізму залучення працівників підприємств до участі в його управлінні, посилення стимулів до створення і впровадження раціоналізаторських пропозицій.

Список використаних джерел:

1. Андрющенко О.М. Підвищення ефективності діяльності підприємств / О.М. Андрющенко, О.П. Яковенко // Донбаська національна академія будівництва і архітектури. – 2012. – С.21-26
2. Востряков О.В. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/2014/12/napryamki-pidvishhennya-efektivnosti-diyal-nosti-pidpriyemstva-v-suchasnih-umovah-gospodaryuvannya/>
3. Давиденко В.О. Шляхи вирішення проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://viem.edu.ua/інтернет-конференції-2/секція-6-соціо-гуманітарна-сфера-в-євро/давиденко-володимир-к-т-н-глум-сергій/>
4. Шляга О.В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства / О.В. Шляга, М.В. Гальцев // Запорізька державна інженерна академія. – 2014. – С.66-75
5. Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://helpiks.org/1-80622.html>

Христина Штефюк, 2 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф

Наук. кер. – Чичун В.А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

РОБОТА КАДРОВИХ СЛУЖБ У СИСТЕМІ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У статті автором розкрито, особливості управління персоналом на підприємстві, досліджено сучасні умови діяльності підприємств перед'являють якісно нові вимоги до менеджерів з персоналу. Навчання менеджерів основним принципам і методам управління персоналом буде сприяти формуванню в них розуміння важливості правильної, науково об'ґрунтованої роботи з людьми, зростанню престижу кадрових служб і підвищенню ефективності використання людського фактору у підприємстві.

Управління персоналом є однією з найбільш важливих сфер життя підприємства, здатного багаторазово підвищити його ефективність, а саме поняття «управління персоналом» розглядається в досить широкому діапазоні: від економіко-статистичного до філософсько-психологічного. Активізація і розвиток потенціалу персоналу підприємства, і пов'язані із цим соціальні проблеми не вирішуються автоматично. Тим часом від їхнього рішення більшою мірою залежить ефективність і конкурентноздатність підприємств, їхня здатність освоювати новітні технології. Тому від стратегії розвитку людських ресурсів у цілому, і організації роботи з персоналом на підприємствах зокрема, рішень проблем корінної перебудови організації управління в сучасних умовах соціально-економічного розвитку здобувають особливу актуальність.

У своїх працях деякі науковці проводили ряд досліджень з даного напрямку, а саме такі як Балабанова Л.В., Егоршин А.П., Т. Заславська, А. Здравомислов, Крушельницька О.В., А. Леонтьєв, Мельничук Д.П., Сардак О.В., М. Мескон, А. Колот, Г. Одінцова, А. Омаров, О. Пушкар, В. Травін. В умовах переходу до нових умов господарювання персонал підприємства є одним з найважливіших видів капіталу фірми. У зв'язку із цим робота з управління персоналом висуналася на перший план і є однією з основних завдань, що коштують перед керівництвом фірми і її підрозділів.

Мета статі є розкрити актуальні питання з управління персоналом, які пов'язані із системою регламентації управління його діяльності.

Завданням статті є дослідити основні складові системи регламентації управління персоналом на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Науково-технічний прогрес перетворюється на потужний засіб управлінських нововведень, направлених на створення умов для ефективної роботи. У зв'язку з цим, менеджмент на підприємстві, що працює у ринковому середовищі, ставить високі вимоги щодо професіоналізму управлінського персоналу, від якого залежить ефективність процесу управління, а отже й ефективність діяльності всього підприємства. Оцінка управлінського персоналу – це невід'ємна та одна з найважливіших частин в структурі управління роботою управлінського персоналу. Вона представляє собою певну систему, яка має досить складну структуру та дозволяє виконувати регулятивну функцію по відношенню до діяльності управлінських працівників та керівників, що оцінюються.

Практична значимість управління персоналом полягає у наступному: ідеальне конструювання практики кадрового управління, розробка теорії, стратегії, техніки, способів і засобів управління персоналом; раціоналізація, глибоке критичне осмислення практичного управління людьми і його орієнтація на вимоги економічної (ділової) і соціальної ефективності; спонукання керівників до зміни моделей, техніки, стилю, способів і засобів керівництва робітниками на основі альтернатив, пропонує наукою.

Для практиків-менеджерів управління персоналом може запропонувати такі види послуг:

- на основі досліджуваних у межах науки управління персоналом зв'язків між різними організаційними явищами можна розробити і протестувати різні теорії або моделі в області управління персоналом. Теорії, які

протестовано, в свою чергу, можуть допомогти менеджеру зрозуміти наслідки його вчинків, пояснюючи йому: «Якщо Ви зробите X, то швидше за все одержите V»;

- систематично вивчаючи вчинки, наука управління персоналом може запропонувати менеджеру більш широку розмаїтість можливих варіантів поведінки, ніж він міг використовувати раніше. Поєднаний з гарною теорією, розширений та збагачений репертуар управлінської поведінки збільшує кількість альтернатив для дій;
- за допомогою збільшення кількості можливих альтернатив поведінки, найважливіші наслідки яких можна науково передбачати, дослідження в межах науки управління персоналом допомагають менеджерів-практиків простежити еволюцію своїх майбутніх вчинків і їхні можливі наслідки. Це підвищує імовірність формування оптимального варіанту поведінки.

Сучасні умови діяльності підприємств пред'являють якісно нові вимоги до менеджерів з персоналу, обумовлюють необхідність більш високої інтенсивності їхньої праці, уміння цінувати час, володіти комплексом організаційних і психологічних якостей, забезпечувати творчий підхід до роботи. У цьому зв'язку особливої актуальності набуває удосконалення якісного змісту діяльності менеджерів з персоналу.

Разом з тим, в Україні склалася ситуація, коли управлінню персоналом не приділяється достатньо уваги, технологія розробки і прийняття кадрових рішень є недосконалою і науково необґрунтованою, у більшості випадків відсутня орієнтація на досягнення соціальної ефективності в управлінні персоналом. Це пов'язано з існуванням ряду проблем в області управління персоналом у підприємствах.

Так, служби управління персоналом у підприємствах мають, як правило, низький організаційний статус і розглядаються як допоміжний, обслуговуючий підрозділ з вузьким спектром виконуваних функцій. При цьому недостатньо високим є рівень компетентності, а також організаційно-правової і соціально-психологічної культури працівників кадрових служб. Як у менеджерів з персоналу, так і лінійних менеджерів, у більшості випадків, відсутні вміння щодо організації роботи на кінцеві фінансово-господарські показники за допомогою кадрових заходів. Ця проблема обумовлена не тільки низьким рівнем професійної і соціальної компетентності менеджерів з персоналу. Вона є наслідком нерозуміння керівниками підприємств місця і ролі кадрових служб у рішенні загальних задач, досягненні цілей підприємства.

Це обумовлює неповне, недостатньо дієве здійснення (а в деяких випадках і невиконання) таких важливих функцій (процедур) управління персоналом, як: планування якісного і кількісного складу працівників, інформаційне забезпечення системи управління персоналом, соціально-психологічна діагностика людських ресурсів, аналіз і регулювання взаємовідносин у колективі, управління виробничими і соціальними конфліктами, формування стабільного трудового колективу, планування ділової кар'єри працівників, професійна і соціально-психологічна адаптація нових працівників, аналіз і оцінка кадрового потенціалу, формування кадрового резерву, а також маркетинг персоналу.

У даний час у багатьох підприємствах відсутнє положення про кадрову службу, не відпрацьовані кадрові технології, є характерним низький рівень координації діяльності кадрової служби з іншими структурними підрозділами підприємства.

У практику кадрових служб слабо впроваджуються наукові методи набору, оцінки, розміщення і навчання кадрів, що знижує як економічну, так і соціальну ефективність управління персоналом.

Наступною проблемою в області управління персоналом є те, що керівники кадрових служб найчастіше не виявляють цікавості до засобів виявлення і розуміння чекань, настроїв, соціальних орієнтацій як робочих груп, так і окремих працівників. Це, у свою чергу, обмежує можливості керівника підприємства щодо створення «єдиної команди».

Таким чином, у сучасних умовах виникла об'єктивна необхідність в удосконаленні управління персоналом у підприємствах. При цьому варто розробити заходи щодо підвищення ефективності управління персоналом як на міжорганізаційному, так і на внутрішньо-організаційному рівні. Що стосується міжорганізаційного рівня, слід зазначити, що в умовах ринку розвиток людських ресурсів вимагає кооперації і співробітництва. Так, міжорганізаційні зв'язки дозволяють об'єднати інтелектуальні ресурси підприємств з метою впровадження різного роду інновацій у їхню діяльність. На внутрішньо-організаційному рівні керівники і менеджери повинні усвідомити недоліки традиційної концепції управління персоналом і необхідність формування нової кадрової політики, корпоративної філософії керівництва. Це буде сприяти досягненню соціального партнерства в колективі, узгодженню економічних і соціальних інтересів окремих працівників і робочих груп.

В даний час управління персоналом є необхідним компонентом управлінського, економічного і ряду інших напрямків вищої освіти. Воно необхідно не тільки для керівників, що мають досвід, або для майбутніх керівників, безпосередньо зайнятих управлінням людьми, але в більшому або меншому ступені і для всіх сучасних фахівців, оскільки забезпечує їхню соціальну компетентність.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом. навчальний посібник. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: ВД „Професіонал”, 2006р. – 512 с.
2. Беляцкий Н.П. Управління персоналом: підручник для студентів економічних вузів [Текст] / Н.П. Беляцкий – М.: «Інтерпрессервис», 2008. – 350 с.
3. Васильченко В.С. Управління трудовим потенціалом: навчальний посібник [Текст] / В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грішнова, Л.П. Керб. – К.: КНЕУ, 2005. – 403 с.
4. Кибанов А.Я. Организация управления персоналом на предприятии [Текст] / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М., 2007. – 365 с.
5. Палеха Ю.І. Культура управління та підприємництва: Навчально-методичний посібник [Текст] / Ю.І. Палеха, В.О. Кудін. – К.: МАУП, 2008. – 96 с.
6. Храмов В.О. Основи управління персоналом: навчально-методичний посібник [Текст] / В.О. Храмов, А.П. Бовтрук – К.: МАУП, 2008. – 112 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ТРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

У даній статті визначено основні напрямки удосконалення політики управління ефективністю фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства з використанням вартісно-орієнтованого підходу. Зокрема рекомендовано алгоритм процесу такого управління, який складається з етапів, що взаємопов'язані між собою, мають логічну послідовність і націлені на покращення результатів господарювання підприємства в майбутньому.

Запропоновано здійснювати розробку стратегії розвитку підприємства, ключовою місією якої є зростання його вартості.

Управління ефективністю торговельного підприємства з використанням вартісного підходу – це складний, багатогранний процес, що вимагає консолідації зусиль управлінців різних рівнів, професійних знань в сфері управління результатами господарювання та розробки стратегії, направленої на підвищення вартості торговельного підприємства.

Управління ефективністю, засноване на вартісному підході, повинне здійснюватись безперервно, бути доступним для розуміння кожним виконавцем та неодмінно приносити позитивний результат.

Поширеною гіпотезою управління вартістю діючого торговельного підприємства являється процес його переходу компанії з одного стану в інший, що супроводжується покращенням його економічного потенціалу.

В нашій державі, на відміну від держав з розвинутою економікою, вартісне мислення не є домінуючим, про що свідчить відсутність рейтингів найефективніших підприємств, складених на основі їх вартості, а також брак інформації про вартість підприємств у фінансовій звітності. Найчастіше на вітчизняних підприємствах управління ефективністю господарської діяльності відбувається з позицій інтересів менеджменту підприємства, а оцінка результатів господарювання проводиться за традиційними показниками ефективності.

Окремі загальнотеоретичні положення та методологічні засади щодо процесу управління ефективністю діяльності підприємства, викладені в працях відомих дослідників, таких як І. Ансофф, А.Б. Бєлий, К. Боумен, О.С. Віхінський, І.М. Герчиков, А.П. Градов, П.Ф. Друкер, Н.А. Кізім, В.М. Колот, Ф. Котлер, В.М. Колпаков, Н.В. Куденко, М.Х. Мескон, С.Ф. Покропивний, В.С. Пономаренко, В.Р. Прадус, Д.С. Сінк, А.Н. Тіщенко, А.Н. Томпсон, Т. Санталайнен, Д. Хан та ін. Але ряд проблемних питань стосовно даного виду управління ще залишаються недостатньо дослідженими. Так дослідження діяльності підприємств торгівлі засвідчило, що на багатьох підприємствах процес управління ефективністю потребує удосконалення, поліпшення та впровадження заходів, які забезпечували б зростання вартості підприємства.

Методика управління ефективністю підприємства торгівлі передбачає необхідність удосконалення процесу управління ефективністю на основі вартісно-орієнтованого підходу.

Так, поліпшення процесу управління ефективністю фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства має сприяти захисту інтересів власників, зростанню їх доходів, підвищенню обсягу продажів та зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку [4].

Управління ефективністю фінансово-господарської діяльності на торговельному підприємстві повинне включати комплекс послідовних дій і конкретних заходів щодо розробки стратегії управління, забезпечення інформаційної бази та внутрішнього обміну даними, визначення вартості підприємства на основі обґрунтованих критеріїв, з'ясування впливу ключових факторів на показник економічної доданої вартості підприємства та застосування методу сценаріїв для вироблення оптимального сценарію розвитку підприємства в майбутньому.

Розроблений алгоритм процесу управління ефективністю фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства на основі вартісно-орієнтованого підходу включає взаємопов'язані між собою етапи, що мають послідовний і логічний характер та націлені на покращення результатів господарювання в майбутньому (рис. 1).

Першочерговим завданням ефективного управління фінансово-господарською діяльністю торговельного підприємства є визначення його мети. Формування мети відображає повну, комплексну характеристику процесу управління, спрямовану на досягнення кінцевого результату. В контексті даного алгоритму мета управління полягає у збільшенні вартості торговельного підприємства та забезпеченні зростання доходів власників.

Обов'язковою умовою досягнення поставленої мети є розробка та прийняття стратегії управління торговельного підприємства на основі його вартості [4].

Від обраної стратегії розвитку підприємства та сформованих стратегічних цілей залежить прийняття рішень менеджерами для досягнення поставленої мети управління.

В сучасних умовах господарювання все більшого врахування вимагають фактори зовнішнього середовища непрямого впливу, що суттєво впливають на стратегію управління підприємствами торгівлі. До складу таких факторів прийнято включати: економічні, політичні, технологічні, соціальні, демографічні та ринкові фактори [2].

Не менш важливими є фактори внутрішнього впливу на підприємство, що включають аналіз якості внутрішніх процесів, внутрішніх можливостей та оцінку конкурентного середовища. Для аналізу цих факторів використовують PEST-аналіз, SWOT-аналіз та організаційну діагностику.

Для відображення цілей управління підприємством на основі його вартості слід використати комплексний підхід, тобто створити систему цілей, яка б відображала потреби торговельного підприємства з точки зору внутрішнього середовища, зокрема забезпечення інтересів власників та акціонерів.

Важливою складовою ефективного управління на основі вартості виступає стратегічне планування як систематизований, формалізований процес спрямований на розробку стратегії та оформлений у вигляді стратегічних планових документів різного типу, що затверджуються вищими органами управління підприємством.

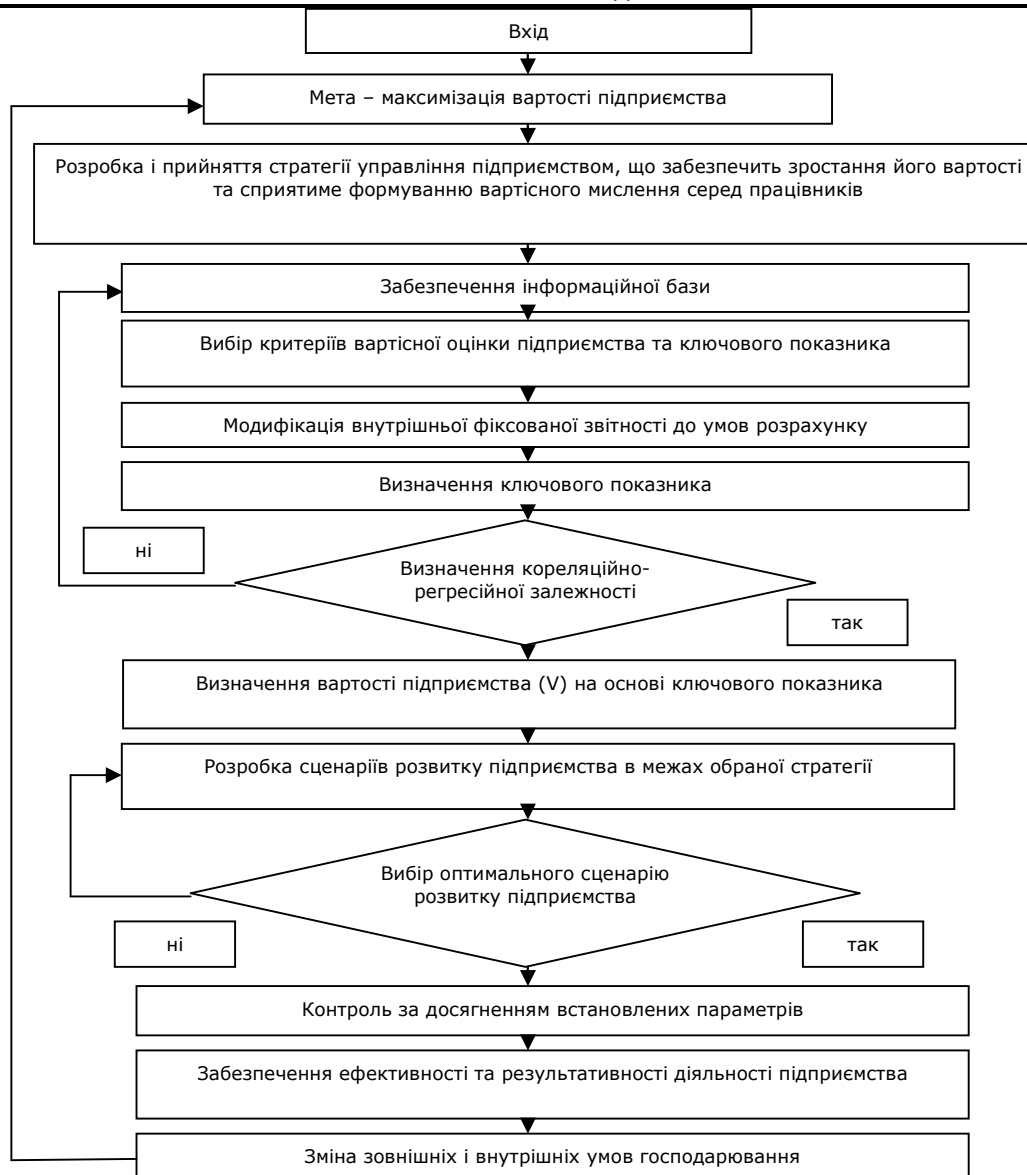


Рис. 1. Алгоритм процесу управління ефективністю фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства на основі вартісно-орієнтованого підходу

Враховуючи, що підприємство – це відкрита система, яка діє в мінливому середовищі, можна стверджувати, що дуже часто виникають потреби коригування стратегічних планів, які повинні сприяти досягненню поставленої мети.

В процесі управління вартістю торговельного підприємства особливої уваги заслуговує формування вартісного мислення серед управлінців різних рівнів [1].

На підприємствах торгівлі нині є домінуючим ринкове, функціональне мислення серед управлінців різних рівнів. Основна увага менеджерів спрямована на якість виконання своїх обов'язків та отримання прибутку як показника, що демонструє ефективність фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства. Дана спрямованість вступає в протиріччя з інтересами власників, яким важливіше знати вартість їх капіталу та можливість зростання його доходності.

Для власників важливим є не стільки факт отримання прибутку, скільки здатність підприємства постійно створювати додану вартість їх капіталу, тобто забезпечувати безперервне зростання вартості підприємства. Адже в кінцевому підсумку власник найчастіше планує продати свою частку в капіталі підприємства, і він завжди це хоче зробити з прибутком.

Отже, власники зацікавлені в організації такої системи управління ефективністю фінансово-господарської діяльності, щоб працюючі були націлені на загальний фінансовий результат – зростання вартості підприємства та підвищення загального добробуту підприємства.

Список використаних джерел:

1. Блакита Г.В. Сутність, види та напрями фінансової стратегії підприємств торгівлі / Г.В. Блакита. – Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2008. – 86 с.
2. Бланк І.А. Концептуальні основи фінансового менеджменту [Текст] / І.А. Бланк. – К.: Ника-центр, Ельга, 2003. – 448с.
3. Бланк І.А. Торговий менеджмент : монографія / І.А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Ольга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
4. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : монографія / Т.А.Говорушко, Н.І. Климаш. – К.: Логос, 2013. – 204 с.

МАТЕРІАЛЬНА ТА НЕМАТЕРІАЛЬНА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто нематеріальний та матеріальний способи мотивації персоналу на підприємстві. Охарактеризовано методи впровадження їх на підприємстві. Визначено фактори на які слід звертати увагу під час формування системи мотивації.

В умовах ринкової економіки значна увага надається використанням підприємствами підвищення продуктивності праці для покращення ефективності виробництва на підприємстві шляхом забезпечення оптимального використання ресурсів та мобілізації кадрового потенціалу. Тому дедалі більшого значення мають мотиваційні аспекти. Метою мотивації персоналу на підприємстві є отримання максимально можливої віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що в свою чергу забезпечують підвищення результативності та прибутковості підприємства [1].

Економічна та політична сфера нашої країни постійно зазнає трансформації, що має подвійне значення, адже водночас відкриває нові можливості та створює загрозу невизначеності. Тому тільки ефективний мотиваційний механізм, що відповідає сучасним вимогам та є гнучким до динаміки економічних змін, забезпечить ефективне використання трудових ресурсів.

Розробка нових мотиваційних стратегій для підприємства має важливу роль для створення конкурентоспроможного підприємства на ринку, сприяє збільшенню продуктивності та забезпечує виходу на новий рівень економічного розвитку та реалізації нових можливостей.

Актуальність проблем ефективного використання трудових ресурсів щорічно зростає, оскільки продуктивність праці прямопропорційно впливає на діяльність підприємства [2].

Питання щодо ефективності використання трудових ресурсів, стимулювання та мотивації працівників на підприємстві завжди знаходиться в центрі уваги науковці. Серед науковців, які досліджували різні аспекти даної проблеми, варто відзначити І. Балабанова, Б. Данилишина, Г. Крамаренко, М. Коробова, А. Мазаракі, Л. Омелянович, А. Шеремета, В. Шинкаренко [1-8].

В Україні особливо цікавими є роботи українського науковця, доктора економічних наук, професора академіка Академії педагогічних наук України, заслуженого діяча науки і техніки України Анатолія Антоновича Мазаракі. У його доробках розглядаються концепції стимулювання праці, що були і діє досі – це соціально відповідальний та етичний менеджмент. За його визначенням прибуток як економічний показник - різниця між ціною реалізації та собівартістю продукції, між обсягом отриманого виторгу та сумою витрат на виготовлення та реалізацію продукції [3].

Мотивація є одним із важливих факторів підвищення ефективності діяльності усієї організації, адже процес діяльності організації можна добре спланувати і організувати, якщо працівники відповідально ставляться до своїх обов'язків.

Ефективний менеджмент базується на поєднанні реальних цілей, життєвих цінностей і установок, очікувань і потреб працівника з цілями організації. Людина яка поділяє цілі й усвідомлює цінності своєї організації, здатна визначити собі завдання, знаходити шляхи їх вирішення, здійснювати самоконтроль. Менеджер повинен забезпечити розвиток позитивних мотивів у співробітників, створити ситуаційне поле, яке спонукатиме кожного робити те, що від нього очікують.

Робітники будуть працювати добре, якщо знатимуть, що компанія має на ринку міцні позиції, її діяльність — суспільно корисна, а місія — висока й гідна. В приємному колективі, атмосфері взаємоповаги та загальної готовності допомагати один одному персонал буде працювати не лише ефективно, але й з насолодою. Особливо продуктивною буде праця працівників, коли очевидна особиста роль у процесі досягнення компанією заслужених висот, відчутна причетність до збільшення обсягів прибутку й підвищення економічної вартості компанії, зростання лояльності споживачів.

В країнах Європи питаннями мотивації працівників приділяють багато уваги. Практично кожна компанія користується консультаціями з питань управління персоналом, або ж має у складі такого співробітника. В той час на вітчизняному ринку донедавна зовсім не звертали уваги. Переважно ця діяльність відбувалась у вигляді співбесіди з майбутнім працівником. Після цього єдиним мотиваційним фактором являється заробітна плата працівників та матеріальне покарання у разі неякісної роботи [8].

На сьогоднішній день розрізняють наступні види мотивації персоналу:

1. Матеріальна мотивація.
2. Нематеріальна мотивація.

Сьогодні актуальною інновацією у системі нематеріального стимулювання працівників є програма, яка називається «Швидкі рішення». Вона пришвидшує продуктивність праці робітників, але тимчасово. Її суть полягає у стимулюванні продуктивності фірмовою продукцією підприємства, часто з емблемами, його кольоровою гамою. До неї відносять футболки, чашки, брелоки, ручки, олівці, картки, календарі. Нажаль, ця програма є неефективною, тому що має короткотривалий вплив та великі матеріальні затрати з боку підприємства. Метод «швидких рішень» не виправдовує себе, якщо здійснюється регулярно [6].

Нематеріальна мотивація направлена на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно із зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудовитрат. Під нематеріальним вбачається заохочення високорезультативної роботи які не видаються у вигляді готівки чи інших цінностей, але потребують інвестицій у вигляді робочої сили: розвиток, тренінги, навчання, планування, оздоровлення, пільгове харчування. До моральних способів мотивації відносяться визнання заслуг. Працівники, які позитивно виділились у справах та діяльності підприємства, згадуються у доповідях вищому керівництву [6].

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу працівників. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн з перехідною економікою, до яких належить і Україна.

Це зумовлене принаймні двома причинами: низьким рівнем доходів та необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих в економіці [7, с. 210].

Матеріальна мотивація заснована на винагороді працівника через систему оплати праці. Це може бути заробітна плата, премія, бонус, подарунок, відсоток від продаж, страхування, медичне обслуговування працівників, соціальні програми, пенсійні програми, кредитування, медична допомога [5].

Заробітна плата є винагородою в грошовому виразі, яку працівник отримує від підприємства та фізичної особи, для яких виконує свої обов'язки, які передбачені у трудовому договорі. Основною заробітною платою є винагорода за виконувану роботу відповідно встановленим у законодавстві нормам. Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок і окладів. Додатковою заробітною платою є винагорода за перевиконання плану, ініціативу, трудові успіхи, винахідливість та поза робітні роботи. Також вона включає доплати, надбавки, відсотки, виплати, премії, тощо [1].

Ще один метод, що останнім часом набув великого значення щодо мотивації називається «Теорією очікувань». Даний підхід заснований на певних припущеннях щодо поведінки людини: «люди самі вирішують як себе вести на роботі», «поведінка визначається поєднанням сил індивіда і зовнішніх сил» [4]. Цей підхід розкриває те, що людина має власні потреби, свою точку зору та думку щодо певних ситуацій. Аналізуючи власні потреби людина працює так, щоб задовольнити власні потреби. Отже, за цим підходом спонукальні мотиви залежать від ситуації в якій вони знаходяться і від того, чи відповідає вона їхнім потребам. Були проведені дослідження щодо перевірки, наскільки теорія очікувань допомагає передбачити поведінку працівників. Майже у всіх випадках було підтверджене правильність цієї теорії. Вона стверджує: ті, хто працює краще за інших, очікують бачити пряму залежність між тим, як вони виконують свою роботу, і винагородами, на які вони розраховують [6].

Поведінка людини – це результат дій людини під впливом обставин, тому потрібно брати до уваги як людські якості, так і обставини. Формуючи систему мотивації персоналу на підприємстві варто, слід зробити наступне:

1. Визначити до яких результатів прагне кожний з підлеглих і мотивувати їх відповідно до своїх інтересів.
2. Сформулювати, які критерії в роботі найбільш важливі та пояснити ці критерії підлеглим.
3. Переконались, що критерії поставлені перед працівниками не завищені та є досяжними для підлеглих.
4. Співвіднести результати, на які очікують підлегли з інтенсивністю виконання роботи, яка вимагається.
5. Проаналізувати, чи немає конфліктогенних чинників, що можуть викликати суперечливі очікування.
6. Переконалися, що зміни у співвідношенні результатів праці і винагороди досить вагомі, щоб ефективно стимулювати поведінку працівників.

7. Хороші працівники повинні бачити, що вони отримують більшу винагороду, ніж ті, хто виконує свою роботу гірше.

Отже, для ефективного стимулювання різних людей, потрібно розробити систему винагород, просування працівників по службі, розподілу завдань, визначити структуру груп відповідно з особистісними задатками і придатними для них умовами.

Підсумовуючи усе вище сказане варто відзначити, що не зважаючи на прекрасні ідеї, інноваційні технології та сприятливі умови для праці, без добре підготовленого та мотивованого персоналу високої ефективності праці досягти досить важко. Головною метою будь-якого підприємства є досягнення максимального прибутку. Тому необхідно створювати комплексні мотиваційні заходи щодо підвищення продуктивності та ефективності праці на підприємстві. Під час вибору між матеріальним та нематеріальним методом стимулювання, потрібно пам'ятати, що матеріальна мотивація носить тимчасовий характер і має негативні наслідки, якщо вона використовується часто. Найефективніше використовується комбінований метод, тобто поєднання та чергування матеріального та нематеріального стимулювання персоналу. Варто пам'ятати, що призначення стимулів до праці полягає у розвитку системи потреб людей, структури їх особистих інтересів, у розкритті здібностей працівника, підвищенні його економічного та соціального відповідальності.

Список використаних джерел

1. Бердник А.А. Мотивування персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання / А.А. Бердник // Технології та дизайн. – 2013. - №1 (6). – С. 1-7.
2. Голда І.В. Засоби поліпшення мотивації праці. Суть матеріального стимулювання / І.В. Голда // Технології та дизайн. – 2013. - №1 (6). – С. 1-8.
3. Денисенко Л.О., Сусик Н.В. Шляхи поліпшення процесу формування прибутку на підприємстві / Л.О. Денисенко, Н.В. Сусик // Технології та дизайн. – 2013. - №1 (6). – С. 1-9.
4. Дэвид А. Надлер. Теория ожиданий: новый подход к мотивации [Электронный ресурс] / Дэвид А. Надлер, Эдвард Е. Лоулер. – Элитариум: Центр дистанционного образования, 2009. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2009/02/18/teorija_ozhidaniij_podkhod_motivacija.html
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.2 / За ред. С.В. Мочерний та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 952 с.
6. Зайченко Є.О. Матеріальна та нематеріальна мотивація праці / Є.О. Зайченко // Технології та дизайн. – 2012. - №4 (5). – С. 1-6.
7. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2011. – 397 с.
8. Паливода О.М., Лавриненко І.С. Напрями формування системи мотивації праці персоналу в малому та середньому бізнесі / І.С. Лавриненко, О.М. Паливода // Технології та дизайн. – 2012. - №3(4). – С. 1-9.
9. Семененко В.М., Сибірікін А.М. Мотивація і стимулювання праці персоналу підприємства / В.М. Семененко, А.М. Сибірікін // Технології та дизайн. – 2012. - №4 (5). – С. 1-7.

ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто сільський зелений туризм як вид туристичного бізнесу, що сприяє розвитку українського села. Активізувати розвиток сільського туризму можливо за рахунок введення та проведення різноманітних програм категоризації та стандартизації, які забезпечили б покращення надання послуг розміщення та, як наслідок, підвищили б попит на цей вид туризму. Сільський зелений туризм розуміють як особливу форму відпочинку в селі з широкими можливостями використання природного та культурного потенціалів.

Сільський зелений туризм – один з найперспективніших напрямків розвитку українського села та підвищення економічного рівня регіонів. Перевагою його є те, що він не тільки не виснажує ресурси, а й підвищує рівень життя місцевого населення.

Сільський зелений туризм, як і будь-яка інша форма підприємницької діяльності, потребує розвитку національної економіки та сприятливої зовнішньої територіальної кон'юнктури, що в результаті призведе до поповнення місцевих бюджетів та розвитку соціальної інфраструктури села.

Суб'єкти малого бізнесу залучаються до рекреаційно-туристичного підприємництва шляхом створення підприємств національної кухні, виробництва та збуту товарів народного вжитку, продажу туристичного спорядження. Передумовами для цього є проведення спеціальних тренінгів, семінарів із питань розвитку сільського зеленого туризму, започаткування тематичних програм на радіо або телебаченні, підготовка інформаційних буклетів тощо.

Теоретичною та методологічною основою дослідження послужили праці вітчизняних учених В. М. Андрушака, В. Васильєва, П. Горішевського, С. Мельниченка, В. Триліса, а також вчених, що врахували специфіку сільського туризму у транскордонному співробітництві: Н. Мікула, В. Толкованов, В. Демченко, І. Тимечко, Є. Матвеев, О. Цисінська. Також були використані матеріали Головного управління статистики в Чернівецькій області, матеріали Департаменту екології та туризму Чернівецької облдержадміністрації.

У 2008 році Спілкою сприяння розвитку сільського туризму в Україні була запроваджена система категоризації сільської нічліжної бази «Українська гостинна садиба», основною метою якої є розвиток різних форм поселення у сільських садибах, підвищення якості комплексного обслуговування туристів, надання послуг розміщення та сприяння розвитку сільських територій в Україні (Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму).

У Чернівецькій області пройшли категоризацію та отримали відповідні сертифікати всього 3 садиби: садиба «Бульбона» в с. Товарниця (Перша категорія), Приватна садиба «Гірська казка» в с. Підзахаричі та «Садиба Карпат» в с. Виженка (Базова категорія). Разом із цим, у Івано-Франківській області, загалом, зареєстровано 11 садиб, серед яких три Третьої (найвищої) категорії: Садиба «У Люльки» в м. Косів, Садиба «Княжий град» у с. Княздіврів та Садиба «У Наталії» в с. Татарів. [3]

Сільський зелений туризм по областях України сьогодні розвивається нерівно. Наприклад, для Буковини – це один з пріоритетних напрямків туристичної галузі. Станом на 1 січня 2013 року в області зареєстровано 112 сільських приватних садиб, з яких діяло 17. Відповідно, 1 січня 2014 року діяло лише 15. Це свідчить про зменшення кількості надання послуг та потоку туристів. [3]

Згідно даних Головного управління статистики у Чернівецькій області найбільший дохід від здійснення туристичної діяльності у 2013 році отримав Вишнівецький район, сума якого складає 215,4 тис. грн. Але у 2014 році цей ж показник вже склав 145,7 тис. грн., що майже удвічі менше, порівняно з минулим роком. Насамперед це пояснюється політичною та економічною ситуацією в Україні. Одночасно, показник Сокирянського району, в порівнянні з 2013 роком, зріс із 102,0 тис. грн. до 344,5 тис. грн. (Див. рис. 1)

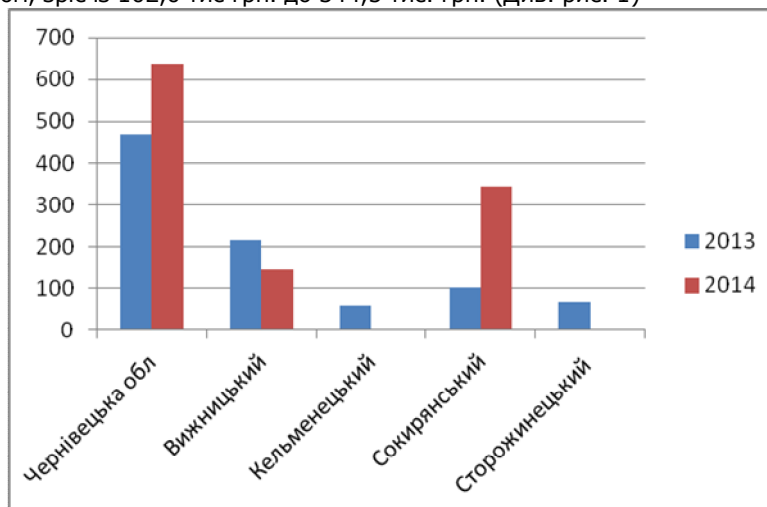


Рис. 1 Динаміка доходу від сільського зеленого туризму, тис. грн.

Причинами такого росту є популяризація відпочинку на березі Дністра, освоєння нових туристичних засобів розміщення, як, наприклад, до них відноситься туристичний комплекс «Усад», де пропонуються нові види відпочинку та розваг, проживання в індіанських тіпі, будиночках на воді, елітна риболовля на Дністрі та катання на яхтах по водосховищах.

Найбільше садіб та агросадіб припадає на гірські райони Буковини – Вижицький та Путильський, де виділяються два ареали їх зосередження: Чорногузько-Розтоцький та Путильський, а значна концентрація садіб знаходиться в селах, розташованих неподалік перевалу «Німчич» у Виженці (6 садіб) і Розтоках (4 садіби) та ін. Тут знаходяться найцікавіші пам'ятки природи Буковинських Карпат: печера Олексі Довбуша, дивовижні скельні утворення Соколине око та Протяте Каміння, річка Смугарів з Буковинськими водоспадами, які включені до Національного природного парку «Вижицький». Наявність цих ресурсів дає можливість здійснювати одноденні туристичні маршрути до цікавих геологічних пам'яток природи – Сокільського хребта (в Косівському районі Івано-Франківської області) та Протятого каміння. [2]

Загалом, по Україні темпи зростання сільського зеленого туризму як пригородного туризму, до складу якого він входить за статистикою ВТО, оцінюються від 10-20% до 30% на рік, а його частка в доходах від міжнародного туризму сягає 10-15 %. Якість послуг в Україні значно нижча від європейської, тому іноземна клієнтура становить наразі не більше 20% від числа всіх відпочиваючих. Таким чином, ринок сільського зеленого туризму в нашій державі знаходиться на стадії становлення. [1]

На Буковині був створений туристично-інформаційний Центр Чернівецької міської ради, який сприяє реалізації туристичного потенціалу міста та області та є зв'язуючою ланкою між учасниками туристичної інфраструктури, міською владою, громадою і відвідувачами міста. Згідно даних Головного управління статистики в Чернівецькій області упродовж 2014 року на Буковині діяло 68 суб'єктів туристичної діяльності (у 2013 році – 121), серед них 64,7% – підприємства-юридичні особи та 35,3% – фізичні особи-підприємці. Із загальної кількості туристичних підприємств 24 – туроператори та 44 – турагенти.

Нами був здійснений SWOT-аналіз стану сільського зеленого туризму в сучасних умовах. Він дає змогу об'єктивно оцінити можливості розвитку сільського зеленого туризму та розробити ефективні заходи щодо попередження можливих проблем. Розгляд сильних сторін дає підстави науково визначити потенційні можливості регіону та розробити ефективну стратегію щодо їхнього подальшого розвитку.

Здійснений SWOT-аналіз сільського туризму в Західній Україні дає підстави для таких узагальнень (див. табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз сільського туризму в Західній Україні

Сильні сторони(S)	Слабкі сторони(W)
Збережені традиції	Незнання господарями іноземних мов
Наявність річок, гір, озер, лісів	Низька якість нічліжної бази
Гарні краєвиди, багаті флора та фауна	Недостатньо привабливий імідж України серед іноземців
Переважно чисте та безпечне довкілля	Слабке маркування туристичних маршрутів та атракцій
Гостинність населення	Недостатньо розвинена інфраструктура
Невисока ціна на проживання та харчування	Відсутність достатньої практичної інформації про регіон
Велика кількість операторів, що приймають туристів	Недостатньо розвинена законодавча база у сфері сільського зеленого туризму
Можливості(O)	Загрози(T)
Збільшення доходів селян, що покращить економічний розвиток карпатських сіл	Виникнення некатегоризованої нічліжної бази, яка зменшуватиме якість послуг
Збільшення зайнятості сільського населення	Високий рівень безробіття збільшує злочинність, яка відлякує потенційних клієнтів
Збереження культурно-історичних пам'яток	Поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів
Створення нових робочих місць у сфері обслуговування, медицини, транспорту, які зможуть надавати роботу й випускниками ВНЗ	Суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що займаються промоцією сільського туризму, заважає впровадженню єдиних стратегічних цілей розвитку сільського туризму в регіоні.

- Отже, на основі проведеного SWOT-аналізу можна внести деякі пропозиції, які посприяють розвитку сільського зеленого туризму, а саме: провести категоризацію відпочинкових осель; розробити систему заходів, які підвищать тривалість перебуваючи у сільських садибах; налагодити міжнародний обмін досвідом розвитку сільського туризму; розробити централізовану систему резервування місць; розробити проекти, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь сільського зеленого туризму для різних сільських громад та накопичити досвід; розробити заходи з покращення іміджу Карпатського регіону як місцевості оздоровлення та екозбагачення особистості, наприклад, публікація рекламних проспектів, виступи у ЗМІ, проведення рекламних акцій тощо.

Розбудова внутрішнього ринку сільського туризму та інтеграція у європейську мережу потребують вирішення питання системного підвищення якості послуг у сфері сільського туризму. В результаті, Спілкою сприяння розвитку сільського туризму у 2008 році в Україні була запроваджена система категоризації сільської нічліжної бази «Українська гостинна садиба». Для значної кількості споживачів знак якості є вирішальним критерієм вибору продукту чи послуги, оскільки є гарантією якості.

Список використаних джерел:

- Андрушак В.І. Сільський зелений туризм на Буковині / В.І. Андрушак, В.М. Приказка, А.О. Слюсаренко // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Мат. міжнар. конф. – К.: Знання України, 2002. – С.472-476.
- Веб сторінка Департаменту екології та туризму Чернівецької облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eco-bukovina.com.ua/>
- Головне управління статистики в Чернівецькій області. Туризм та відпочинок в області: статистичний збірник [Текст] / [за ред. Г.І. Петрова]. – Чернівці, 2013. – 80с.
- Долішній М. І. Карпатський регіон у контексті державної економічної політики: оцінка стану і стратегії розвитку / М. І. Долішній, В. С. Кравців// Економіка України, 1995, №8. – С. 10-15.
- Куценко В.І. Аграрний і екологічний туризм в якості локомотива розвитку сільської економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2009_2/09kvirse.pdf

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

У даній статті досліджено сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства Чернівецької області, а також проблеми, які гальмують його розвиток в умовах ринкової економіки.

Готельне господарство є однією з головних складових туристичної галузі України. Проте, сьогодні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення як і в Чернівецькій області, так і по всій території України, не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств, у структурі готельних підприємств низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

Дослідженням в галузі готельного господарства в Україні займалися такі вчені, як: А. Гергуль, Т. Косій, М. Мальська О. Мозгова, Ю.Халіпов М. Щербакова, В. Маркова.

Мальська М. П., Пандяк І.Г разом видали посібник про організаційні, управлінські та технологічні засади вивчення готельної сфери. Послідовно розкрито питання еволюції сфери гостинності, проаналізовано проблему типології та класифікації готельних підприємств, організації та управління, технології обслуговування, архітектурно - планувальні особливості споруд готельних підприємств для подальшого їх розвитку.

В.Д.Маркова у своїх працях досліджувала проблеми стратегічного менеджменту на підприємстві, актуальність якого визначається необхідністю збереження конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі. Нею були комплексно розглянуті всі сторони стратегічного менеджменту: аналіз зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей підприємства, підходи до розробки стратегічних альтернатив, проблеми реалізації стратегічних рішень.

Мета статті: Туристична галузь як самостійний сектор економіки перебуває в стадії свого становлення. Спостерігається збільшення інвестицій у готельний бізнес, як основного компонента інфраструктури туризму. Тому виникає необхідність визначення основних напрямків розвитку готельного бізнесу в Чернівецькій області з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств гостинності.

Розвиток туристичної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним, оскільки туризм є одним із важливих чинників виходу нашої економіки з кризи, стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості населення, розвитку у ринкових відносинах.[4]

Як відомо, до основних складових туристичної галузі належить готельне господарство. Однак сьогодні можна констатувати відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі національної економіки.

У своєму становленні готельний ринок Чернівецької області зіткнувся з низкою проблем. Однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції, що пояснюється відсутністю вільних засобів та високих податкових ставок, через це складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибуток, підвищити конкурентоспроможність підприємств сфери гостинності на ринку готельних послуг, а також відсутність потужних міжнародних готельних мереж. [1]

Більша частка інфраструктури закладів розміщення області не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств, у структурі готельних підприємств — низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку й інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які становлять передумову високого рівня якості послуг.

Однією з значних проблем готельних підприємств є недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів. Однак, в останні роки кількість кваліфікованих фахівців в галузі туризму і готельного господарства в Чернівецькій області значно виріс, завдяки появі у вищих навчальних закладах таких спеціальностей, як менеджмент туристичної діяльності, туризмознавство, готельно-ресторанна справа та інші. На початок 2013/2014 навчального року в області підготовку фахівців за напрямом "Туризм" здійснювало 3 навчальні заклади.

Якісне обслуговування може дати поштовх збільшенню кількості потоків туристів.

Чернівецька область займає 22 місце за кількістю туристів що відвідали Україну, уступаючи областям: Одеській, Львівській, Дніпропетровській, Луганській, Миколаївській, місту Київ і Автономній Республіці Крим [2, с. 506]. Проте Чернівецька область є однією з найменших в Україні.

Кількість готелів щороку в області щороку зростає, незважаючи на економічні та політичні фактори впливу. Поштовхом для цього є впровадження в Чернівцях та по області великої кількості фестивалів, концертів, ярмарків. Кількість готелів в період з 2000 по 2014 роки на території Чернівецької області зображено в табл. 1.

Таблиця 1

Кількість готелів у Чернівецькій області

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8
Чернівецька область	18	12	31	67	106	116	149
Чернівці	7	5	6	37	48	51	60
Новодністровськ	1	1	1	-	2	2	
Вижицький	2	2	6	11	19	21	27
Герцаївський	-	-	-	1	-	1	

1	2	3	4	5	6	7	8
Глибоцький	1	-	3	-	3	5	
Заставнівський	1	-	4	-	3	5	
Кельменецький	1	-	-	-	1	1	
Кіцманський	1	1	1	10	10	8	11
Новоселицький	-	1	3	4	4	3	
Путильський	1	1	1	5	7	10	12
Сокирянський	-	-	-	2	2	2	
Сторожинецький	1	-	5	4	4	4	
Хотинський	2	1	1	3	3	3	

В останні роки на території Чернівецької області спостерігається тенденція до зменшення кількості туристів, як внутрішніх, так і зовнішніх (таблиця 2)

Таблиця 2

Туристичні потоки Чернівецької області, тис. ос.

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності	44,1	61,6	64,1	48,4	18,9	18,6	16,6
у тому числі:							
іноземні туристи	3,8	5,2	4,1	2,2	0,6	0,5	0,1
туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	12,7	17,4	23,2	20,5	13,9	15,1	14,5
внутрішні туристи	27,6	39,0	36,7	25,7	4,5	3,1	2,0
Кількість екскурсантів	14,9	18,2	6,3	5,1	3,2	2,7	1,1

Так, згідно даних Головного управління статистики у Чернівецькій області у 2014 році на території області нараховувалася 91 готель та аналогічний засіб розміщування, (що на 4,6% більше, ніж у 2013 році), в яких було обслуговано 104,0 тис. осіб, що на 12,1% менше, ніж у 2013 році. За 2014 рік у було прийнято на обслуговування 3,5 тис. іноземних громадян із 59 країн світу, що становило 3,4% від загальної кількості обслугованих. Загальна кількість ночівель, проведених іноземними громадянами, що відвідали Буковину в 2014 році, становила 4,8 тис., що в 2,5 рази менше, ніж за попередній рік. Середньорічна завантаженість готелів міста протягом 2005-2014 рр. складала 8,2-58,1% [3].

На сьогоднішньому етапі розвитку майже у всіх готелях відбулася і продовжує відбуватися поетапна реконструкція, що включає: ремонт і облаштування номерного фонду; поновлення фасадів; заміну інженерних комунікацій; модернізацію сектора громадського харчування, спортивних і розважальних комплексів. Зрозуміло, що з ремонтом і будівництвом таких об'єктів автоматично зростає зірковість готелів, проте існуюча проблема низької окупності та нестачі інвестицій істотно уповільнює темпи перетворень.

Одним із основних факторів приваблення відвідувачів є створення на готельному підприємстві мережі підрозділів, що надають додаткові послуги, особливе значення серед яких відіграють послуги харчування.

Практично усі заклади розміщення намагаються пропонувати своїм клієнтам різного роду додаткові послуги, залучаючи до обслуговування розміщені поруч з готелями автостоянки, ресторани, кафе, перукарні, іноді – спортивні та оздоровчі центри, солярії, салони краси та ін.

Готельний бізнес в Чернівецькій області є перспективним як мінімум по трьом причинам. По-перше, спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів так званого «ділового туризму», причому не тільки внутрішнього, але й в'їзного. По-друге, Україна, що заявила про свою інтеграцію в європейські структури, поступово стає для європейців (у цьому випадку – європейських туристів) зрозуміліша, а виходить, і привабливіша. Нарешті, якщо відбудуться передбачувані зниження й уніфікація готельного збору, обов'язкові платежі для готелів зменшаться. Сьогодні, коли як і все наше суспільство, курортна сфера й туризм переживає період серйозних трансформацій, аж ніяк не зайва річ звернутися до досвіду, початок нагромадженню якого було покладено більше двох століть назад. Це корисно не стільки для витягу конкретних практичних уроків (хоча й це теж можливо), скільки для відтворення певного духу, колориту наших курортів, що само по собі є найціннішим товаром і може бути запропонований відвідувачеві точно так само, як природні ресурси й послуги.[5]

Результати дослідження сучасного стану готельної сфери в Чернівецькій області свідчить, що саме від підвищення її розвитку, інвестування, в значній мірі залежить реальний стан туристичної інфраструктури. Для ефективного функціонування готельної сфери сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі відображена у розробленій нормативно-законодавчій базі. Водночас, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонованих послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, на державному, обласному та регіональному рівні. Максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління.

Список використаних джерел:

1. В Украине гостиницы посчитали по звездам [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua>.
2. Мариняк Я.О. Готельно-ресторанний бізнес в Тернопільській області // Мат-ли міжн. наук.-практ. конф. – Тернопіль, 2006. – С. 69-71.
3. Головне управління статистики в Чернівецькій області. Туризм та відпочинок в області: статистичний збірник [Текст] / [за ред. Г.І. Петрова]. – Чернівці, 2013. – 79с
4. Стан і проблеми розвитку готельного господарства України в контексті підготовки до Євро-2012 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/120.htm>
5. Особливості розвитку закладів розміщення на території Чернівецької області [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/105-1036-1>

**ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ СКЛАДОВИХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
ГІРСЬКОЛИЖНОГО ЦЕНТРУ МИГОВО**

У статті розглянуто сильні та слабкі сторони розвитку готельної інфраструктури гірськолижного центру Мигово. Розкрито та оцінено головні показники, що впливають на формування конкурентних переваг готелів Мигово та їхньої інфраструктури.

Конкурентоспроможність підприємства сьогодні – це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку певної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами потреб споживачів. Набір чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємств готельного господарства, виявляється настільки значним і своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методику збору даних по цих факторах, їх обробки та ідентифікації для повної діагностики рівня інтенсивності конкурентної боротьби на даному ринку. Практика показує, що підвищення конкурентоспроможності – це процес творчий, пов'язаний з аналізом величезної кількості чинників, що вимагає на свою реалізацію певних засобів, так під підвищенням конкурентоспроможності розуміється створення нових додаткових готельних послуг або конкурентоспроможних продуктів. У нашому випадку це основні та додаткові послуги готельної інфраструктури гірськолижного центру Мигово, який нині в Чернівецькій області є чи не єдиним за визначеною спеціалізацією.

Теоретичною та методологічною основою дослідження послужили праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань конкуренції в готельному господарстві та шляхів підвищення конкурентної стійкості. Теоретичні та методологічні питання конкурентоспроможності та були закладені в роботах Г.Л. Азоева, М.І. Гельвановської, Н.І. Герчикова, А.П. Градова, Л.Р. Дядечко, Г.Я. Круль, О.В. Куликова, М.П. Мальської, В.Д. Маркова, П.Р. Пуцентейло, Т.І. Ткаченко, І.М. Школи та ін. Основну увагу дослідників привертають проблеми конкурентоспроможності товару та національної економіки або ж загальні питання надання готельних послуг в сучасних умовах, при цьому недостатньо дослідженою залишається проблема конкурентоспроможності підприємства в сфері готельних послуг [1-6].

Конкурентні переваги та недоліки готельної інфраструктури гірськолижного центру були оцінені нами через увесь спектр послуг гостинності 6 основних готелів Мигово: Карпатська Вежа, Саторі, Гірський Світанок, Едельвейс, Карпати і Норіс. Для цього ми виділили 24 кваліфікаційні характеристики з готельної інфраструктури та сервісу, які розділили на якісні та кількісні показники. Перші формують основні послуги з проживання та місце розташування стосовно віддаленості до гірськолижних підйомників. Також до них було віднесено кількість номерів та ліжко-місць у готелі, так як вони все ж впливають на якісну складову у порівняльному аналізі. Другі складаються з усіх інших характеристик, які також впливають на якісний потенціал кожного з готелів у Мигово зокрема. У цьому разі за простої фізичної наявності-відсутності певних інфраструктурних об'єктів у готелі ми проставляли в таблицю відповідне число, яке відображало його кількісну складову.

І якісні, і кількісні показники було зведено в дві таблиці (табл. 1 і табл. 2) по всіх досліджуваних готелях-конкурентах, що у перспективі дало нам загальну картину відносних конкурентних переваг і недоліків усієї їхньої інфраструктури.

Таблиця 1

Якісні показники розвитку сервісної інфраструктури готелів Мигово

Кількісні характеристики	Готель					
	Карпатська Вежа	Саторі	Гірський Світанок	Едельвейс	Карпати	Норіс
Кількість номерів	31	16	36	51	64	4
Кількість ліжко-місць	62	32	72	102	128	8
Віддаль до підйомників, м	100	50	30	50	600	20
Ціна проживання, грн. від...	400	400	300	400	617	350

Для оцінки рівня конкурентних переваг готельної мережі туристично-рекреаційного центру Мигово якісні показники з табл. 2 були зведені до відносних, які надалі можна було співставити з іншими 20-ма показниками кількісної складової. Для цього, як варіант, напрошулося просте арифметичне сумування усіх зазначених показників у двох таблицях. Однак тут нас підстерігала певна небезпека недооцінки або ж переоцінки конкурентних переваг кожного з готелів зокрема за рахунок умовних якісних характеристик: мінімальної ціни та віддалі до підйомників. Останні характеристики у цьому разі мали обернено пропорційний зв'язок із ліпшими якісними складовими сервісу та інфраструктури готелю.

Саме тому і мінімальна ціна на проживання в готелі, і віддаль до підйомників мають обернено пропорційний зв'язок стосовно його конкурентних переваг, тому що:

- віддаленість до основної спеціалізованої інфраструктури, підйомників гірськолижного центру, знижує конкурентоздатний потенціал готелю в Мигово;
- більша ціна на проживання з мінімально доступних знижує цінова доступність пересічного споживача до всіх без винятку готелів, але підвищує таку доступність до тих, де вона буде нижчою.

Ось чому зведений сумарний показник від простої арифметичної більшості всіх без винятку показників визначав би методично неправильний підхід до формування інтегрального конкурентоспроможного показника інфраструктури готелів у Мигово.

Таким чином, враховуючи вище перелічене, якісні характеристики ми перевели в бали від 1 до 6 відповідно до кількості готелів-конкурентів, які ми досліджували. Тим закладам розміщення, які мали найвищу ціну з мінімально доступних, ми присвоювали один бал, а тим, де ціна була мінімальною з мінімальних – 6 балів. За цим же принципом оцінювалася віддаль від готелю до витягів: 1 бал найдалше до гірськолижних трас, 6 балів – найближче.

В інших якісних показниках (кількість номерів і кількість ліжко-місць) бали від 1 до 6 розподілилися за його «абсолютним відставанням» від максимальної його кількості по одному з готелів. Спершу дані табл. 1 переводилися коеф. відносно максимального показника, які далі переводилися у 6-бальну шкалу (див. табл. 2) за формулою:

$$y = \frac{Kb}{Kb_{\max}} * 6,$$

де y – кількість балів у шестибальній шкалі;

Kb – фактична кількість балів за окремою складовою якісної оцінки готелю (табл. 2);

$Kb_{\max}$ – максимальна кількість балів за окремою складовою якісної оцінки.

Отже, якісні характеристики виявилися найбільш цінними у конкурентних перевагах усіх шести готелів, що оцінювалися. Вони сформували трійку «найрейтинговіших» показників, де на першій позиції знаходиться цінова політка. Її важливість складає 69,4% (25 балів із 36 максимальних), після якої йдуть віддаль до витягів 63,9% (23 бали), а також кількість номерів і ліжко-місць, потенціал яких, зокрема, є однаковим – 54,3% (20 балів кожен). Вони ж усі разом мають найвищий рейтинг загалом по всіх 24 кваліфікаційних характеристиках, частка яких не є меншою за 10%.

Найменш рейтинговими є так-звані ситуативні варіативні кваліфікаційні показники, за якими по одному балу за наявність льодового майданчика чи власного магазину мають готелі «Едельвейс» і «Карпати», а два – функціонування при готелях «Саторі» та «Гірський Світанок» сувенірних крамниць. Три бали сумарно по готелях отримали заклади з комп'ютерним залом, дитячим майданчиком, баром чи колибою. Відносна вага кожного з них не перевищує 1,5%.

Усі інші кількісно-якісні характеристики займають проміжні позиції на курорті: послуги сауни, конференц-залу (-ів), екскурсійне обслуговування, ресторанна інфраструктура, прокат гірськолижного спорядження та послуги з екстремальних турів.

Таблиця 2

Бальна рейтингова оцінка кваліфікаційних показників розвитку інфраструктури та сервісу в готелях Мигово

Кількісно-якісні характеристики	Готель						
	Карпатська Вежа	Саторі	Гірський Світанок	Едельвейс	Карпати	Норіс	Разом
Кількість номерів	3	2	3	5	6	1	20
Кількість ліжко-місць	3	2	3	5	6	1	20
Віддаль до підйомників, м	3	4	5	4	1	6	23
Ціни, грн. від...	4	4	6	4	2	5	25
Ресторан	1	1	1	1	1	1	6
Кафе швидкого харчування	0	1	1	1	1	1	5
Бар (колиба)	0	1	0	0	2	0	3
Дитячий майданчик	0	1	1	0	1	0	3
Атракції для дітей	1	1	1	0	1	1	5
Конференц-зал	1	5	5	0	0	5	16
Сауна	2	3	3	1	1	3	13
Масажний кабінет	1	1	1	0	2	1	6
Басейн	1	2	2	0	2	1	8
Спортзал	0	1	1	0	0	0	2
Більярд, настільні ігри	1	0	0	1	3	3	8
Льодовий майданчик	0	0	0	0	1	0	1
Комп'ютерний зал	1	1	1	0	0	0	3
Додаткові послуги з прання та прасування одягу	1	0	0	1	1	1	4
Магазин сувенірів	0	1	1	0	0	0	2
Паркінг під охороною	1	1	1	0	1	1	5
Прокат гірськолижного спорядження	1	1	1	1	1	1	6
Екскурсійне обслуговування	2	2	1	1	3	5	14
Організація екстремальних турів (кінні, велосипедні, піші)	1	1	1	1	1	1	6
Продуктовий власний магазин	0	0	0	1	0	0	1
Усього	28	35	40	27	37	38	204
Рейтинг	5	4	1	6	3	2	

Аналіз бальної рейтингової оцінки шести основних готелів у Мигово показав, що найкращі показники за різноманітністю, комплектацією та спектром усієї системи послуг, а також власної інфраструктури є готель

«Гірський Світанок», який сумарно набрав 40 балів або 19,5% від максимально можливої кількості. Далі по спадній розмістилися готель «Норіс» - 38 балів (18,6%), готель «Карпати» - 37 балів (18,1%), «Саторі» - 35 балів (17,4%). Готель «Карпатська Вежа» розмістився на 5 позиції з 28 балами (13,6%). Завершує рейтинг шести закладів розміщення у Мигово готель «Едельвейс», на який припадає 27 балів або 13,0% від максимально можливої кількості (рис. 1).

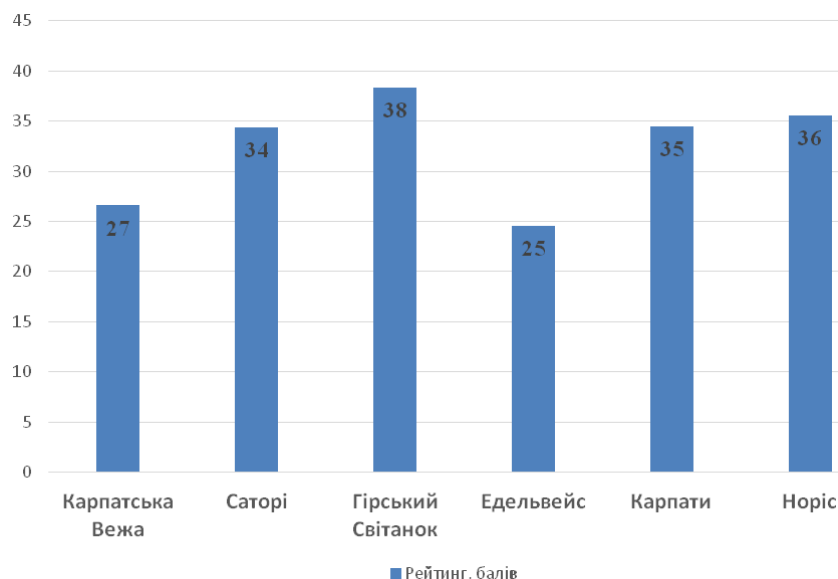


Рис. 1. Рейтингова бальна оцінка розвитку інфраструктури та сервісу основних готелів курорту Мигово

Отже, проведене дослідження з формування повної сфери головних і супутніх послуг у 6 закладах розміщення Мигово показало досить переконливі результати домінування над безпосередніми конкурентами готелів «Гірський Світанок», «Норіс» і «Карпати». Сумарні показники їхніх рейтингових балів перевищують середнє значення по шести готелях-конкурентах, який склав 35 одиниць. Нижчим рейтинговим потенціалом відносно середнього значення характеризуються готелі «Саторі», «Карпатська Вежа» та «Едельвейс», причому найліпші складові їхньої бальної оцінки відносяться до сформованої цінової політики готелів стосовно проживання в них відвідувачів. Це дозволяє зробити нам висновок, що якісний рівень розвитку готельної інфраструктури разом із системою сервісних послуг у Мигово є значно важливішими чинниками конкурентних переваг, аніж тільки невисока ціна на проживання.

Список використаних джерел:

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
2. Круль Г. Я. Основи готельної справи: Навчальний посібник. / Г. Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: Навчальний посібник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
4. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Ткаченко Т. І. Економіка готельного господарства і туризму: навч. посіб. / Т. І. Ткаченко, С. П. Гаврилюк. — К., 2005. – 179 с.
6. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І. М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.

Катерина Охрімівська, 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф,
Наук. кер. – Кифяк В.Ф.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВИДИ ТА ФОРМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА РУМУНІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

У статті розглядається транскордонне співробітництво як ефективний чинник у розвитку туристичної діяльності. Визначено суть транскордонного співробітництва в галузі туризму. Транскордонне співробітництво позиціонується як особлива сфера зовнішньоекономічної діяльності прикордонних територій, що має велике значення в міжнародних економічних відносинах.

Останнє десятиріччя все більшої актуальності набувають процеси інтеграції та глобалізації, що спостерігаються як в Україні так і за її межами. Не останню роль на шляху до інтеграції України у світові взаємовідносини відіграє транскордонне співробітництво прикордонних регіонів з сусідніми регіонами інших держав.

Так одним з ключових моментів соціально – економічного розвитку держави є туристична сфера. Розвиток туризму має бути однією з ключових цілей реалізації транскордонного співробітництва на території України, тим паче, що наша держава та її прикордонні регіони мають достатній потенціал для налагодження партнерських відносин у туристичній сфері.

У результаті аналізу транскордонного співробітництва та діяльності єврорегіонів досліджувалися багатьма українськими та зарубіжними вченими. Встановлено, що більша частина досліджень проведена економістами і стосується переважно західних регіонів України. Особливу увагу в наукових працях приділяється розробці теоретико-методологічних основ вивчення транскордонного співробітництва. Виявлено, що в більшості

випадків розкриваються економічні аспекти функціонування євро регіонів. Та взаємодія транскордонного співробітництва та туристичної галузі.

У вітчизняній та зарубіжній літературі, з огляду на сучасні тенденції зовнішньоекономічних орієнтирів, проблемам транскордонного співробітництва приділено достатньо уваги такими вченими як: М.Біль [1], М.Вачевський, О.Свінцов [2], Л.Гонтаржевська [3], О.Зеленко [5], Ю.Макар [6], В.Дентерс [7], М.Перкманн [8]. Проте їх дослідження дуже мало торкаються особливостей транскордонного співробітництва в галузі туризму як однієї з провідних галузей національної економіки багатьох європейських країн, яка має стратегічне значення для соціально-економічного розвитку України та окремих її регіонів. Майже всі дослідники розглядають проблему транскордонного співробітництва у галузі туризму з точки зору висвітлення загальнодержавних проблем та перспектив.

Аналізуючи транскордонне співробітництво можна ілюструвати так звану модель "дворівневої гри": усі суб'єкти транскордонних відносин змушені одночасно будувати відносини як з іноземцями, так і з внутрішніми "агентами", тому доцільно використати поняття "взаємний перетин", "взаємне проникнення", "комплексний взаємозв'язок".

Мета статті полягає у з'ясуванні ролі транскордонного співробітництва як ефективного чинника розвитку туристичної галузі. Визначення сфери впливу туризму на економічні відносини між Україною та Румунією.

Транскордонне співробітництво є однією з характерних ознак сучасних світогосподарських відносин, важливою складовою загальнодержавної політики у різних галузях національної економіки, а також особливою формою зовнішньоекономічної діяльності прикордонних територій.

Процеси налагодження та забезпечення ефективності транскордонних зв'язків для України є надзвичайно актуальними. Її регіони володіють значним потенціалом для такої форми міжнародного співробітництва, адже більшість областей України є прикордонними [1]

Сучасний розвиток туризму базується на основних елементах – масовість, інтегрованість, соціально – економічний характер. Розбудова в Україні туристичної галузі, яка б успішно інтегрувалася до міжнародних туристичних взаємовідносин, є одним з провідних напрямків структурної перебудови економіки країни. Сприятливі умови для формування національного ринку конкурентоспроможних туристичних послуг мають створюватися державою на основі нових механізмів господарювання, в умовах відкритої економіки [3]

Специфікою транскордонного співробітництва між Україною та Румунією є те, що воно розгортається, з точки зору географії, на територіях охоплених інституціалізованими євро регіонами: "Карпатський" (Україна – Польща – Словаччина – Угорщина – Румунія – Молдова), "Верхній Прут" (Україна – Румунія – Молдова).

Однією з найбільш поширених форм транскордонного співробітництва виступає *євро регіон*. У науково-практичному вжитку термін "євро регіон" використовується більше у лінгвістичному значенні, ніж як теоретично усталене поняття. У науково-популярній літературі багатьма дослідниками були здійснені спроби визначити цю дефініцію.

Так, професор Ланкастерського університету М.Перкманн запропонував наступне визначення євро регіону: "Євро регіон є транскордонним утворенням, який має невеликий географічний масштаб незалежно від його організаційної структури або складу його учасників" [8]

У деякому сенсі це визначення відповідає тому, що запропонував В.Дентерс: "Євро регіональне співробітництво здійснюється на наднаціональному рівні між органами влади прикордонних територій" [7]

Дещо інакше звучить визначення євро регіону, яке наводиться в Законі України "Про транскордонне співробітництво". Так, "євро регіон – це організаційна форма співробітництва адміністративно-територіальних одиниць європейських держав, що здійснюється згідно з дво- або багатосторонніми угодами про транскордонне співробітництво" [4]

Регіони України перебувають на етапі налагодження транскордонних зв'язків із регіонами інших країн. Враховуючи те, що Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінним природно-ресурсним потенціалом, сприятливим геополітичним розташуванням, історико-культурними ресурсами що є ефективним важелем для розвитку туристичної галузі, здатної забезпечити сучасний характер різноманітних потреб подорожніх і тим самим зацікавити вітчизняних та іноземних туристів [2]

Транскордонне співробітництво відіграє важливу роль для прикордонних територій України, які стали об'єктом регіональної політики Європейського Союзу. Наша держава знаходиться у центрі європейських транскордонних коридорів, що відкриває можливості для міжнародних зв'язків, активізації найбільш результативного залучення прикордонних регіонів України до міжрегіональної та транскордонної співпраці, а що стосується розвитку туризму, то це ефективний важіль формування туристичного іміджу України на міжнародному туристичному ринку. Як свідчить практика міжнародних відносин, транскордонне співробітництво є досить ефективним підґрунтям для співпраці у розвитку туризму між країнами: співпраця туристичних організацій між країнами, обмін туристичною інформацією, надання допомоги в підготовці проектів у рамках міжнародних програм, тощо. Варто також зазначити, що саме туризм є явищем впливу на гуманізацію суспільних відносин, взаємин між народами, в контексті входження України до європейського й світового економічного і культурного простору. Іншими словами, йдеться про те, що співпраця між державами – це процес економічної та культурної взаємодії соціумів. І тільки безпосередній живий контакт людей, які представляють різні регіони, країни та континенти можуть створити ситуацію взаєморозуміння, симпатії, довіри, солідарності [3]

Транскордонне співробітництво в Україні стає одним з важливих напрямів європейської інтеграції, що здійснюється на регіональному рівні, і посідає провідне місце в процесі формування її регіональної політики.

Поглиблення транскордонного співробітництва відкриває нові можливості для активізації господарської діяльності на периферійних територіях й підвищення їх конкурентоспроможності шляхом мобілізації природно-

ресурсного потенціалу сусідніх територій. Таке об'єднання зусиль для вирішення спільних та ідентичних проблем найбільш ефективно здійснюється через реалізацію транскордонних проектів у різних сферах суспільного життя. Тому регіональна політика держави у сфері розвитку транскордонного співробітництва повинна бути спрямована на організацію ефективної системи підготовки та

забезпечення реалізації транскордонних проектів.

Можна виокремити чотири рівні реалізації транскордонної співпраці:

1. *міжнародний рівень*: реалізується політика загальноєвропейських інтересів, здійснюється координація національних регіональних політик для збалансованого розвитку європейського простору;

2. *державний рівень*: виробляється національна політика ТКС та узгоджуються національні інтереси із загальноєвропейськими, а також здійснюється гармонізація національних та регіональних цілей;

3. *регіональний рівень*: реалізується регіональна політика транскордонного співробітництва з урахуванням інтересів держави та місцевих органів влади, здійснюється координація між регіонами сусідніх країн. На цьому рівні для здійснення співробітництва здебільшого створюються такі транскордонні утворення, як євро регіони, міжнародні асоціації, організації,

фонди та Робочі співтовариства;

4. *місцевий (локальний) рівень*: здійснюється координація планів розвитку місцевої влади з істотною увагою до регіональних та національних інтересів, відбувається конкретна співпраця між суб'єктами прикордонних територій.

З огляду на набутий досвід розвитку прикордонних відносин транскордонне співробітництво на місцевому рівні здебільшого здійснюється у таких формах: у рамках виконання проектів, шляхом прямих контактів, на рівні Робочих груп.

Найпростішою формою транскордонного співробітництва є *прямі контакти між територіальними громадами* - містами, селищами, які здебільшого мають неформальний характер та спрямовані на спільні дії у разі виникнення надзвичайних ситуацій. Характерною особливістю такої співпраці є відсутність взаємних фінансових зобов'язань.

Наступними формами співпраці є *співробітництво на договірній основі*, яке виникає у результаті довгострокових відносин між територіальними громадами або органами влади, а також у разі виникнення взаємних зобов'язань в наданні послуг, продукції, інформації, що, у свою чергу, призводить до появи фінансових зобов'язань.

Упродовж останнього десятиріччя *співробітництво на місцевому рівні* здійснюється в *рамках виконання проектів різноманітних програм Європейського Союзу* (INTERREG, TASIC CBC, Програми Сусідства). З цією метою спеціально створюються структури для виконання проектів, які спрямовані на розвиток систем спільного управління транснаціональних органів, співробітництва між малими та середніми підприємствами, співробітництва у сферах охорони здоров'я, освіти, навчання і культурних обмінів, захисту навколишнього середовища, енергетичних мереж, транспорту та комунікацій у прикордонних районах.

Співробітництво на рівні Робочих груп за укладеними угодами передбачає періодичні зустрічі сторін, формування спільних органів управління з метою координації та об'єднання зусиль для вирішення спільних проблем. Фінансування діяльності спільних органів може здійснюватися кожною стороною окремо або шляхом об'єднання коштів на окремому спільному рахунку.

Таким чином, є всі підстави вести мову про доцільність розробки самостійної регіональної політики розвитку транскордонного співробітництва (РП ТКС) у двох вимірах: як політики держави щодо розвитку ТКС та власної політики

прикордонних

регіонів.

Основним об'єктом РП ТКС держави є сприяння формуванню євро регіонів як організаційної платформи транскордонного співробітництва та забезпечення їх нормативною та методичною базою. Основним об'єктом РП ТКС прикордонних областей є розробка спільної стратегії просторового розвитку транскордонного регіону, до якого входить ця область. Основними засобами реалізації РП ТКС є державні та регіональні програми розвитку ТКС та їх фінансове забезпечення, у тому числі за участю міжнародних фінансових структур.

Базовою для співпраці в транскордонному регіоні є господарська діяльність. Це покладено в основу вибору мети стратегії, яка полягає у створенні сприятливих умов господарського розвитку. Це означає, що транскордонне співробітництво має стати ефективним чинником господарського та суспільного розвитку регіону.

Дослідження транскордонного співробітництва між Україною та Румунією дало можливість встановити головні напрями діяльності щодо розвитку транскордонної співпраці:

1. У природному середовищі діяльність у рамках співробітництва спрямована на охорону довкілля, обмеження всіх форм антропогенного впливу та раціональне використання природних ресурсів.

2. У просторовому розвитку найважливішою діяльністю є підготовка території і узгодження планів розселення та розміщення об'єктів господарювання з урахуванням вимог і тенденцій облаштування території, прийнятих у ЄС.

3. Транспортно-комунікаційна стратегія спирається на створення сприятливого внутрішньо- і зовнішньорегіонального комунікаційного доступу, забезпечення транзитних функцій та відповідного обслуговування подорожуючих.

4. Особливо виділяється сфера сприяння та підтримки розвитку місцевого бізнесу, інфраструктури оточення бізнесу, сприяння розвитку транскордонної співпраці тощо.

5. У сільському господарстві та інших галузях агробізнесу допомога розвитку транскордонної співпраці охоплює такі самі галузі, як і в несільськогосподарському підприємстві з особливим наголосом на розвиток інфраструктури та інституційних форм обслуговування співпраці.

6. Широкі можливості транскордонного співробітництва існують у туризмі та рекреації. Можливим є розширення зовнішнього ринку через використання рекреаційного ресурсу цього регіону.

7. У сфері науки та інноваційної діяльності існують широкі можливості розвитку транскордонного співробітництва, що можна виразити в двох групах цілей: збільшення спільних досліджень і наукових обмінів та їх інституціоналізація; створення системи досліджень українсько-румунського прикордоння як потенціалів майбутньої співпраці.

8. У суспільній сфері пріоритетне значення має активізація транскордонних контактів - як культурних та освітніх, так і приватних.

При реалізації стратегій регіонального розвитку транскордонне співробітництво можна використати для вирішення таких завдань: раціонального використання резервів робочої сили, технічних ресурсів і транспортних засобів; узгодження завантаженості потужностей для переробки сільськогосподарської та інших видів продукції й сировини; створення в прикордонних регіонах спеціалізованих господарств із насінництва і тваринництва тощо; розвитку торгівлі; взаємного економічного і технічного сприяння, створення спільних підприємств, кластерів, вільних економічних зон, технопарків, інноваційних центрів; створення транскордонних наукових центрів, лабораторій; розширення освітніх і культурних зв'язків; розвитку рекреаційних і туристичних систем; підготовки кадрів тощо.

На нашу думку розвиток транскордонного співробітництва на регіональному рівні має проходити чотири етапи:

- вивчення існуючих зв'язків між партнерами регіону;
- визначення стратегії співробітництва;
- розробка і забезпечення комплексу заходів, спрямованих на розв'язання конкретних спільних завдань та задоволення спільних інтересів;
- моніторинг процесу і оцінка результатів роботи.

У табл. 1 представлена характеристика єврорегіонів "Карпатського" та "Верхній Прут", і їх вклад у розвиток туристичної галузі. Представлена характеристика та висновки щодо розвитку туризму що дають змогу стверджувати наступне: - фактично у цих єврорегіонах серед напрямів діяльності або напряму, або опосередковано закладено розвиток туристичної галузі за рахунок міжетнічного культурного обміну, розбудови прикордонної інфраструктури та спрощення процедури перетину, реалізації проектів з охорони навколишнього середовища та туристично-рекреаційних ресурсів і т. п.;

Таблиця 1

Характеристика єврорегіонів "Карпатський" та "Верхній Прут" і їх вклад у розвиток туристичної індустрії

Основні відомості	Цілі та завдання	Вклад у розвиток туризму
Єврорегіон «Карпатський» створено у 1993 році Засновники Угорщина, Польща, Румунія, Словаччина, Україна	Головна мета – координація транскордонного співробітництва. Пріоритетами функціонування Карпатського єврорегіону вважаються: - розвиток транспортного зв'язку на його території; - вирішення проблем розвитку інфраструктури, туризму; - створення сучасної функціональної структури економіки регіону; - розширення європейського та атлантичного співробітництва та ін.	В рамках даного єврорегіону здійснюється активна робота щодо розвитку інфраструктури та транспортного зв'язку. Окрім того, значна увага приділяється питанню інформатизації спільноти щодо діяльності єврорегіону: було створено офіційний сайт єврорегіону, де на всіх мовах країн-членів а також на англійській мови представлена інформація щодо даного утворення, і, зокрема, інформація про всі привабливі туристичні райони і об'єкти, які можна відвідати.
Єврорегіон «Верхній Прут» створено у 2000 році. Засновники: прикордонні території Чернівецької області України, а також прикордонних територій Румунії та Молдови	Основні напрями розвитку єврорегіону: - розвиток і гармонізація торговельних і економічних відносин. - розробка проектів транскордонного співробітництва. - розвиток і впровадження передових технологій. - екологічна безпека, попередження забруднень басейнів Дунаю, Прута, Сірету, Дністра і Чорного моря, попередження та ліквідація наслідків промислових аварій і стихійних лих, збільшення кількості екологічно чистих виробництв. - гармонізація розвитку інфраструктур, в т.ч. енергетичних систем, транспортних мереж. - розвиток транскордонних взаємин і розширення співробітництва у сферах нормативно-правового забезпечення, науки, освіти, культури, спорту, молоді. - забезпечення і впровадження в усіх сферах економічного, соціального, політичного та культурного життя повної та справжньої рівності між особами, які належать до національної меншини, та особами, які належать до більшості населення. - охорона здоров'я населення, розвиток туризму і рекреаційної діяльності.	В рамках останнього запланованого напрямку розвитку євро регіону приділяється увага проектам щодо розвитку інфраструктури транскордонного туризму (зокрема фольклорного, культурно-етнічного, релігійного, сільського, екологічного) як одного з найбільш ефективних шляхів використання унікального ландшафтно-рекреаційного потенціалу регіону, підвищення рівня зайнятості та швидкого залучення європейського досвіду та кредитів, а також – найбільш сприятливого бізнесу для розвитку системи транскордонних транспортних сполучень. Опосередковано позитивний вплив на розвиток туризму здійснює реалізація проектів з екологічної безпеки.

Джерело сформоване автором на підставі [5]

Незважаючи на те, що результати транскордонного співробітництва єврорегіонів «Верхній Прут» та «Карпатського» єврорегіону упродовж останніх років засвідчують появу позитивних тенденцій в українсько-румунській співпраці, темпи та інтенсивність її не можна визнати достатньою для розвитку українських прикордонних територій.

Аналізуючи стан транскордонного співробітництва визначено основні чинники, які стримують повноцінне використання можливостей транскордонного співробітництва України та Румунії зокрема:

1. нормативно-правове регулювання не відповідає повноваженням місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування і завданням транскордонного співробітництва у формі єврорегіональної співпраці;
2. рівень співпраці недостатній із закордонними учасниками транскордонного співробітництва щодо розвитку інфраструктури для наукових досліджень, культури, освіти, зв'язку, технологічних розробок, охорони здоров'я та використання потенціалу єврорегіонів для ефективного функціонування туристично-рекреаційної сфери;
3. рівень залучення підприємницьких структур, недержавних установ та громадських організацій транскордонного співробітництва низький;
4. цілісна багаторівнева структура управління транскордонного співробітництва відсутня, в наслідок чого її елементи працюють не узгоджено;
5. механізми забезпечення поетапної реалізації транскордонних ініціатив відсутні та перебувають на рівні національних представництв єврорегіонів;
6. кваліфіковані фахівці з проектного менеджменту в усіх рівнях органів державної влади та місцевого самоврядування відсутні.

Передумовами ефективного розвитку ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва є:

- Реалізація спільних транскордонних проектів у сфері туризму;
- Особливості природно-рекреаційного потенціалу та системи розселення дають змогу розвитку різних видів туристичних маршрутів у межах транскордонного регіону;
- Розвинута система освіти галузі туризму, спорту та культури;
- Наявність спільних туристичних та краєзнавчих центрів;
- Сприятливе географічне розташування на перетині транзитних міжнародних шляхів, тощо.

За останні роки двосторонні економічні відносини між Україною та Румунією вийшли на новий рівень. Основна ідея – поступове перетворення кордонів із місця розподілу і суперництва між країнами на арену економічного співробітництва і розвитку та євроінтеграції. Особливу увагу вчені двох країн надають проблемам та невирішеним питанням щодо наукового обґрунтування та фінансування спільних проектів з розбудови транскордонної інфраструктури, особливо в межах євро регіонів.

Серед пріоритетів регіональної співпраці територій України та Румунії на тривалий період найголовнішими є такі як:

- Формування економічно конкурентоспроможних регіонів;
- Розробка, укладання угод та створення правової бази співробітництва.
- Узгодження законодавства України та Румунії з міжнародними стандартами у тих сферах, що є взаємовигідними для обох сторін:
- Розбудова пунктів перетину кордону та відповідної інфраструктури;
- Розвиток міжнародного туризму;
- Розвиток мереж логістичних центрів та центрів підтримки підприємства;
- Побратимство міст;
- Утворення спільних асоціацій, фондів, проектів;
- Координація соціально-економічного та екологічного розвитку прикордонних регіонів;
- Сприяння культурному співробітництву населення територій регіону [6]

Пріоритетні напрямки регіональної співпраці України та Румунії безпосередньо стосуються також і сфери туризму.

Розвиток туризму, як в Україні так і в Румунії, справляє суттєвий вплив практично на всі пріоритетні напрямки регіональної співпраці. І тому цілком закономірно, що одним із найважливіших завдань є розвиток усіх видів і форм транскордонного туризму, який передбачає розбудову інфраструктури туризму (пізнавального, культурно-етнічного, фольклорного, релігійного, сільського, екологічного) як одного з найбільш ефективних шляхів використання унікального рекреаційного потенціалу, підвищення рівня зайнятості, створення та реалізації спільного туристичного продукту, залучення інвестицій та набуття європейського досвіду.

Особливо важливого значення сьогодні набуває широка громадська підтримка зусиль регіональних органів влади у сфері транскордонного співробітництва між Україною та Румунією. Водночас, відомо, що у громадській свідомості побутують викривлені уявлення про переваги та недоліки такого співробітництва. Саме тому цілеспрямоване, об'єктивне, системне та послідовне інформування громадськості є першочерговим завданням всіх інституцій, зацікавлених в інтенсивному розвитку транскордонної співпраці України в межах існуючих єврорегіонів, які є своєрідним тренінгом на шляху нашої держави до членства в Європейському Союзі.

Таке співробітництво сприяє об'єднанню зусиль суб'єктів транскордонного співробітництва для розв'язання спільних проблем прикордонних регіонів, здійсненню євроінтеграційних заходів на регіональному рівні. Основним механізмом реалізації мети і завдань Концепції визнано створення комплексної системи розвитку транскордонного співробітництва, з урахуванням якої здійснюватиметься фінансування проектів транскордонного співробітництва на всій території країни за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, міжнародної технічної допомоги та коштів суб'єктів транскордонного співробітництва.

З проведеного дослідження можна зробити висновок що Україна зацікавлена у переведенні співробітництва з Румунією в якісно іншу фазу. У нинішніх умовах слід активізувати спільні заходи саме позитивного змісту і спрямувати, українсько-румунські відносини на більш оптимістичний лад. Є усі передумови для того, щоб вони стали прикладом європейського цивілізованого партнерства, важливим фактором гарантування стабільності та

безпеки в регіоні, дієвим аргументом на шляху європейської інтеграції. Україна налаштована розширювати і поглиблювати двосторонні відносини з Румунією на засадах відкритості та доброї волі, взаємовигідного партнерства та неухильного дотримання як двосторонніх договорів зобов'язань, так і загальних норм міжнародного співжиття. Налаштована на розв'язання ще існуючих питань розвитку українсько-румунських відносин загалом.

Можна констатувати, що міжрегіональне та транскордонне співробітництво в Україні стає одним з важливих напрямів європейської інтеграції, що здійснюється на регіональному рівні, і посідає провідне місце в процесі формування її регіональної політики. Поглиблення транскордонного співробітництва відкриває нові можливості для активізації господарської

діяльності на периферійних територіях і підвищення їх конкурентоспроможності шляхом мобілізації природно-ресурсного потенціалу сусідніх територій. Таке об'єднання зусиль для вирішення спільних та ідентичних проблем найбільш ефективно здійснюється через реалізацію транскордонних проектів у різних сферах суспільного життя. Тому регіональна

політика держави у сфері розвитку транскордонного співробітництва має бути спрямована на організацію ефективної системи підготовки та забезпечення реалізації транскордонних проектів. Ця система має бути адаптована до європейської, забезпечувати узгодження загальноєвропейських, національних та регіональних інтересів та передбачати здійснення таких кроків, як:

1. формування законодавчого середовища для співробітництва;
2. заохочення співробітництва між територіальними органами влади і суб'єктами господарювання прикордонних територій та створення спільних структур;
3. виявлення спільних та ідентичних проблем прикордоння і вибір пріоритетів розвитку співробітництва;
4. організація процесів розробки транскордонних проектів;
5. організація системи державної підтримки

Аналіз діяльності євро регіонів України засвідчив, що на сьогодні в цілому приділяється недостатньо уваги розвитку туризму в рамках транскордонного співробітництва. Більш активно проблемами даної сфери займаються у західних євро регіонах, натомість східні більше уваги приділяють розвитку спільних бізнес-проектів на базі існуючих промислових комплексів. Але варто зазначити, що у всіх регіонах реалізується велика кількість проектів у суміжних сферах (розбудова транспортної та прикордонної інфраструктури, проекти охорони навколишнього середовища та міжкультурного обліку і т.п.), що безумовно опосередковано сприяє розвитку туристичної індустрії як конкретних регіонів так і України в цілому.

Для подальшого розвитку сфери гостинності як у східних так і у західних євро регіонах доцільно розробити довгострокові програми дій з чітко прописаними заходами конкретно у даній сфері, бюджетом та календарним планом їх реалізації. Такий підхід дозволить здійснювати моніторинг реалізації запланованих заходів та робити ґрунтовні висновки щодо отриманого ефекту.

Для України є важливим питанням співпраця транскордонного співробітництва в галузі туризму що посідає одне з чільних місць, адже туризм для більшості регіонів є стратегічною сферою регіонального розвитку. Доцільність транскордонного співробітництва в туризмі обумовлюється високим ступенем залежності галузі від розміщення на відповідних територіях природно-рекреаційних об'єктів та стану довкілля, які формують туристичну привабливість території, а також специфікою державного регулювання галузі через високу залежність туризму від інших галузей національної економіки. Таким чином, у розвитку туризму на відповідних територіях можуть бути зацікавлені регіони різних країн, які поєднані спільними туристичними об'єктами, проте розділені державним кордоном.

Так головними факторами, що визначають структурні особливості та динаміку транскордонної співпраці України та Румунії, є співвідношення контактних і бар'єрних функцій державних кордонів, соціально-економічні та етнокультурні особливості прикордонних територій, повноваження регіональної влади в здійсненні міжнародної діяльності, розвиненість прикордонної інфраструктури, включаючи прикордонні пункти пропуску. Як засвідчує досвід ЄС, діяльність євро регіонів повинна спиратися, на досить широкі повноваження місцевих і регіональних влад, на місцеві ініціативи та інститути співпраці та фінансову підтримку з центру. У державах із високим ступенем централізації влади, до яких належить Україна, такі умови поки не сформувалися. Більше того, самостійні регіональні ініціативи по інтенсифікації транскордонного співробітництва викликає насторожене ставлення центральної влади, яка побоюється, що самостійна зовнішньоекономічна діяльність євро регіонів може послабити політичну вагу центру у прикордонних регіонах.

Список використаних джерел:

1. Біль М. Транскордонне співробітництво регіонів України в галузі туризму: сучасний стан та основні напрямки розвитку. //М. Біль – Київ.: Либідь, 2008 – 230с.
2. Вачевський М.В., Свінцов О.М. Розвиток рекреаційної сфери в Карпатському регіоні. //М.В Вачевський., О.М Свінцов – Київ.: Знання України, 2013 – 103с.
3. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні. //Л.І Гонтаржевська – Донецьк.: Східний видавничий дім, 2012 – 180с.
4. Європейська конвенція про основні принципи транскордонного співробітництва між територіальними общинами або органами влади 1980 р. - К. : МЗС України, 1992. - 13 с.
5. Зеленко О. О. Роль євро регіонів у розвитку туристичної індустрії України [Електронний ресурс] / О. О. Зеленко // Часопис економічних реформ. - 2013. - № 3. - С. 148-155. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Cher_2013_3_25.pdf
6. Макар Ю. Сучасний стан і перспективи розвитку у українсько-румунських міждержавних відносин. //Ю.Макар – Чернівці.: Букрек, 2012 – 430с.
7. Denters B., Shobben R., van der Veen A. Governance of European border regions: a juridical, economic and political science approach with an application to the Dutch-German and the Dutch-Belgian border. // B.Denters., R.Shobben., A.van der Veen - Baden-Baden. : Nomos, 1998. -124 p.
8. Perkmann M. The rise of the Euroregion. A bird's eye perspective of European cross-border co-operation // [http:// www.comp.lancs.ac.uk](http://www.comp.lancs.ac.uk)

ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: ЇЇ РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

В статті досліджуються процеси транснаціоналізації світового ринку туристичних послуг. Розкрито головні аспекти формування та розвитку ТНК. Сформовано основні мотиви ТНК. Розроблена модель прототипів ТНК у сфері туризму.

Розвиток світового ринку туристичних послуг відбувається відповідно до світових тенденцій розвитку як світового господарства так і міжнародних економічних відносин. Згідно цього факту найбільш визначальними та характерними тенденціями його розвитку є транснаціоналізація та глобалізація. Поєднавши ці два процеси чітко виділяється те, що в їх основі лежать процеси концентрації виробництва та капіталу. З цього випливає те, що основною метою концентрації у туристичній сфері є досягнення ефекту масштабності виробництва під яким розуміють змінення вартості послуг за рахунок збільшення її кількості. Основною проблемою даної галузі є недостатня висвітленість щодо виділення форм та визначення масштабів функціонування ТНК у сфері туризму.

Дослідженню та аналізу процесів транснаціоналізації у сфері туристичної індустрії присвячено ряд праць російських економістів, вітчизняних дослідників, закордонних учених-дослідників. Так С. Соорет та

М. Hall розглядали транснаціоналізацію як передумову для глобалізації світового ринку туристичних послуг. Російські економісти О. Д. Чудовський, М. О. Жуков та А. Ю [2, С.398]. Александрова вивчали та досліджували практичні та теоретичні аспекти функціонування ТНК. Стосовно вітчизняних вчених, то А. Гайдук вивчала функціонування двох найбільших Європейських туристичних концернів Thomas Cook and Son та TUI, розглядала роль транснаціональних корпорацій в туризмі та особливості транснаціоналізації світового ринку туристичних послуг [3, С.227-232].

Так як туризм є однією з найперспективніших та найдинамічніших галузей світової економіки в останні роки спостерігається розширення цієї галузі за допомогою ТНК. Саме тому метою статті є визначення перспективних напрямків розвитку світового туристичного ринку, що формується під впливом світових сучасних тенденцій.

Під процесами транснаціоналізації слід розуміти процес розширення міжнародної діяльності компаній, їх вихід за національні кордони окремих країн, що спричиняє перехід простих національних компаній у транснаціональні [1, С.488]. Дані процеси відбуваються у зв'язку зростання транснаціональних корпорацій, що розвиваються за рахунок іноземних інвестицій. На основі цього створюється мережа міжнародного виробництва туристичних послуг, що розподілено між декількома країнами, проте контролюється з одного центру, що зазвичай прийнято вважати материнською компанією.

Саме тому характерною рисою транснаціоналізації можна виділити: поєднання капіталів за рахунок поглинання компаній інших країн та залучення на основі цього засобів іноземних компаній. В останні роки помічається тенденція розвитку міжнародної туристичної індустрії, особливою тенденцією у даній галузі є її транснаціоналізація.

Головними критеріями які повинні бути наявними в ТНК є: наявність материнської компанії; наявність підрозділів закордоном не менше ніж у двох країнах світу; проведення єдиної економічної політики під згуртованим керівництвом; закордонні підрозділи зазвичай можуть засновуватись двома різними способами (за рахунок злиття та поглинання інших підприємств; заснування на основі прямих іноземних інвестицій); частка акціонерного капіталу в дочірньому підприємстві становить 10% та більше. Розглянувши головні критерії зрозуміло, що робота ТНК базується на чіткій і згалодженій системі, що керується материнською компанією.

Для створення ТНК повинна бути низка причин, тому доцільно виділити наступні: можливість підвищення ефективності; посилення конкурентноспроможності компанії; мобілізація та групування всіх активів; близькість до споживачів продукції; зменшення ризиків виробничої діяльності; використання особливостей держави в своїх інтересах. Чітко помітно те, що головною метою є економічна вигода, яка буде ефективною та позитивною у випадку групування всіх активів, зменшення ризиків та правильного використання особливостей держави у своїх інтересах.

Переглядаючи рейтинг 100 найбільших ТНК світу можна зазначити, що в нього не входить ні одна ТНК, яка б мала відношення до туризму безпосередньо чи ж опосередковано. Вже розглядаючи 500 найбільших ТНК помітно, що в них входять корпорації індустрії розваг та відпочинку, готельні ланцюги та ресторанні мережі. Це можливо обґрунтувати тим, що обсяг міжнародної торгівлі туристичними послугами характеризується достатньою не визначеністю (через те, що туристична індустрія включає в себе значний асортимент інших суміжних послуг) [4].

Провівши огляд ТНК в туризмі доцільно буде розробити їх поділ на структуру:

1. Транснаціональні готельні корпорації (до яких зазвичай відносять готельні ланцюги);
2. Транснаціональні транспортні корпорації (зазвичай у сфері повітряного транспорту);
3. Транснаціональні туроператорські корпорації (на прикладі концернів TUI та Thomas Cook and Son) [5].

З усієї висвітленої інформації зрозуміло, що найкраще процеси транснаціоналізації туристичної індустрії розглядати на прикладі сектору розміщення, а якщо детально то готельних ланцюгів, так як саме вони є прообразом, прототипом ТНК. Готельні ланцюги - це певна група готелів, що мають спільне керівництво, концепцію просування продукції та торгову марку. Причиною їхнього об'єднання є бажання підвищити конкурентоздатність. Другою причиною є економічна вигода.

Щоб протистояти конкуренції зі сторони готельних мереж, незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми. Перевага готельного консорціуму в економії в масштабі при маркетингу, придбанні обладнання, об'єднання в певну комп'ютерну систему бронювання, що зазвичай потребує велику кількість затрат для окремих підприємств. Вартість членства у даному консорціумі - це певний % від обороту.

Що стосується ТНК у сфері транспорту, то яскравим прикладом в Україні та світі є авіаційна компанія лоукост WizzAir, яка була створена у 2003 році і вже у 2004 здійснювала перевезення пасажирів до 380-ти напрямків. Флот WizzAir складається з Airbus A 320. Дана транснаціональна корпорація працює вже за схемою ефекту масштабу і має два підрозділи за кордоном: 1. WizzAir Ukraine; 2. WizzAir Hungry. На даному етапі огляд та проведення досліджень не можливий, так як компанія наразі проводить реструктуризацію, проте дана галузь буде розглядатись на досліджуватись у подальших статтях.

Транснаціональні туроператорські корпорації зазвичай представляються туристичними концернами. Туристичний концерн - це складна вертикальна або/і горизонтальна інтегрована структура із вироблення та збуту туристичного продукту. Необхідність даної інтеграції пов'язана з посиленням конкуренції у сфері туристичної індустрії. Обсяги збуту різних туристичних концернів різняться, проте проаналізуємо їх на (рис.1).

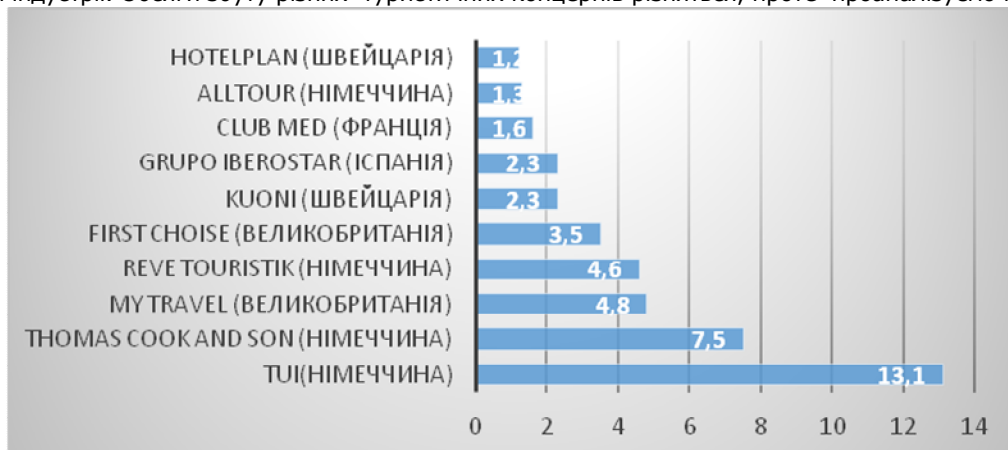


Рис.1. Обсяги збуту найбільших туристичних концернів Європи у 2004 році (млрд.євро) [12]

Для злагодженої роботи та подальшого збільшення прибутку варто поєднувати Вертикальну інтеграцію «вперед» та вертикальну інтеграцію «назад». Що стосується горизонтального типу інтеграції, то для ТНК його не варто застосовувати, тому що зазвичай дані фірми не виходять за межі національних кордонів. Те, що туристичні оператори співпрацюють з закордонними підприємствами не вважається ТНК. Для створення справжніх ТНК варто здійснювати вищевказані типи інтеграцій, що вимагає участі в капіталі підприємств за кордоном, а також налагодження кооперування з цими підприємствами [6].

Варто зазначити, що «чистих» ТНК в Україні та у світі, що пов'язані на пряму чи опосередковано з галуззю туризму не існує. Є їхні прототипи, які не мали чіткого формування та групування. Саме тому нами було вирішено зобразити модель прототипів ТНК у сфері туристичної індустрії (рис.2).

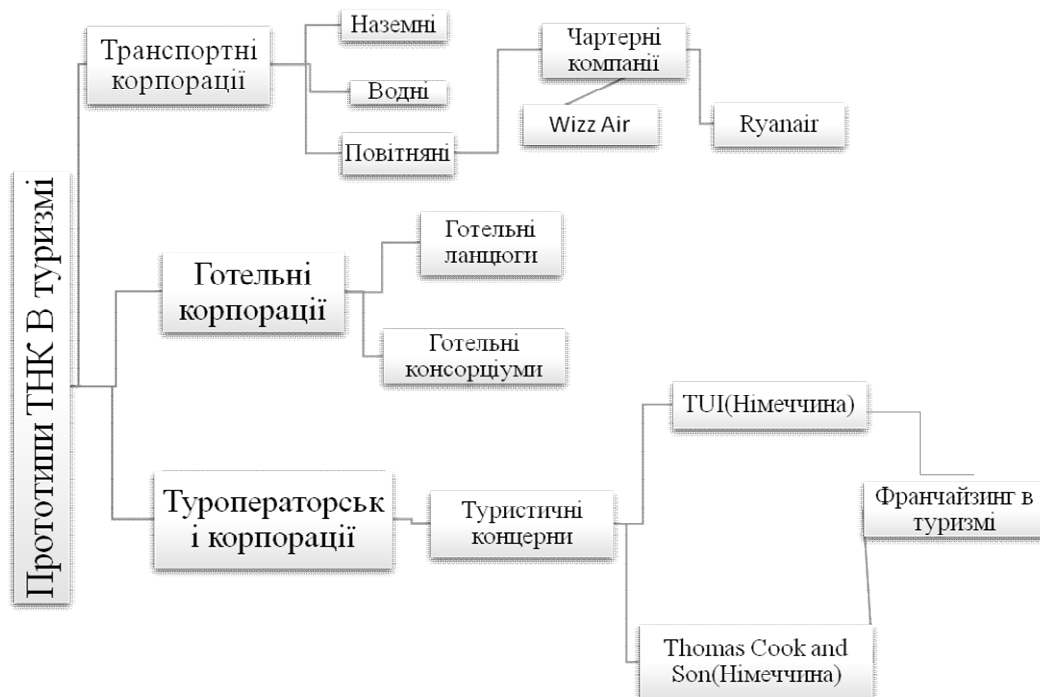


Рис.2. Модель прототипів ТНК у сфері туристичної індустрії

Перспективними напрямками розвитку світового ринку, що формується під впливом тенденцій є:

1. Збільшення робочих місць в туристичній індустрії та прийом на роботу висококваліфікованих спеціалістів, що покращить якість функціонування даної сфери;

2. Поступове збільшення дочірніх компаній ТНК, що дозволить збільшити дохід підприємств;
3. Розвиток компаній, що займаються MICE туризмом;
4. Створення єдиної бази ТНК з галузі туризму;
5. Злиття прототипів ТНК у готельний ланці у єдину і повноцінну транснаціональну готельну корпорацію;
6. Об'єднання прототипів ТНК у галузі туристичних фірм в повноцінну транснаціональну корпорацію туристичних фірм.

Таким чином розвиток ТНК у галузі туризму та їх прототипів призводить до того, що з одного боку завдяки ТНК збільшується капітал та експорт туристичних продуктів, відбувається модернізація методів управління маркетингом, більш інтенсивніше запроваджуються та використовуються нові технології. Проте як і в усіх сферах існують певні недоліки чи то наслідки. ТНК витісняють з ринкових ніш місцеві компанії, що не в змозі конкурувати з ними, а через це є ризик розвитку монополізації ринку, встановлення монопольних цін та умов диктату, що будуть обмежувати та перешкоджати інтересам країн, що розвиваються. Тому застосування запропонованих критеріїв для формування ТНК буде відмінним чинником, який сприятиме якісному та чесному розвитку ТНК, а головне економічно вигідному. В галузі туризму важливим є подальше доведення прототипів ТНК в повноцінні ТНК. Для того, щоб не сходити з ринкової ніші економічно ефективні туристичні підприємства можуть зливатися з ТНК, що призведе до покращення їхньої внутрішньо-організаційної ситуації, збільшення прибутку та не сходження з дистанції.

Список використаних джерел:

1. Якубовський С.О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності / С.О. Якубовський, Ю.Г. Козак, О.В. Савчук. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 488 с.
2. Cooper C. Tourism and Development: Concepts and Issues / C. Cooper, M. Hall. - Channel View Publications, Clevedon-Buffalo, Toronto-Sydney, 2002. - 398 p.
3. Гайдук А. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичного господарств / А. Гайдук // Регіональна економіка. - 2003. - №1. - С.227-232.
4. Hotels 325 Rank. [Електронний ресурс] / Режим доступа: http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/h1507_Special_Report.pdf
5. Транснаціоналізація [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Транснаціоналізація>
6. Булатова О. В., Дубенюк Я. А. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку [Електронний ресурс] / О. В. Булатова, Я. А. Дубенюк // Вісник ДІТБ. Серія : Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2009. - № 13. - с. 163 - 170. - Режим доступу: http://tourlib.net/statisti_ukr/bulatova3.htm

Олександра Пилипець, 5 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф,

Наук. кер. – Гищук Р. М.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДІВ АКТИВНОЇ РЕКРЕАЦІЇ У БОРОТЬБІ З PTSD НА ТЕРИТОРІЇ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ (НА ПРИКЛАДІ США)

Проаналізовано досвід Сполучених Штатів Америки щодо лікування ПТСР у військових за допомогою терапії, рекреацією та рекреаційною терапією із використанням методів активної рекреації. Також визначено типи рекреаційної терапії для застосування та впровадження на території України, а зокрема на території Чернівецької області згідно класифікації туристично-рекреаційних ресурсів.

На жаль, невід'ємною частиною буття є військові конфлікти. Саме збройні конфлікти є причиною не тільки фізичних, але і психологічних травм військових та цивільного населення також. Через те, що значну увагу приділяють, насамперед, боротьбі з фізичними травмами, проблеми психологічного стану людини, які виникають під впливом збройного конфлікту, залишаються осторонь, хоча заслуговують не меншої уваги.

У зв'язку з систематичним загостренням військової ситуації на Донбасі та перетворенням даної території на «гарячу точку» кожного дня збільшується кількість осіб, що беруть участь безпосередньо чи опосередковано в даному збройному конфлікті. При цьому середовище перебування військових та цивільного населення в зоні військового конфлікту негативно впливає на їхній психологічний стан. Це призводить до збільшення кількості осіб, військовослужбовців та цивільного населення, у яких може бути діагностовано - *посттравматичний стресовий розлад (далі – ПТСР, з англ. PTSD – Post – Traumatic – Stress Disorder)*.

Саме тому впровадження методів активної рекреації завдяки рекреаційним ресурсам області є актуальним предметом даного дослідження. Удосконалення, розробка та впровадження рекреаційної терапії формує мету статті.

У ході досліджень вітчизняних публікацій, а також російськомовної літератури констатується відсутність поглибленого вивчення даної проблематики. Що стосується публікацій та досліджень іноземних вчених та фахівців, то вивчення впливу рекреаційних ресурсів на зменшення наслідків ПТСР, а також лікування за допомогою концепції трьох «L» (Landscape – Lore – Leisure) – пейзажі – традиції – дозвілля, займалися Дана Еріксон, Расул Моват, Джон Бенет, Елізабет Велла [1].

Для початку варто розглянути сутність дефініції «ПТСР». *Посттравматичний стресовий розлад* – це фізична та емоційна реакція організму на екстремальну стресову ситуацію. Вона виникає у випадку загрози життю. Ця травма створює руйнацію сприйняття світу індивідумом, тобто те, що було для неї безпечним, починає сприйматись як небезпечне. Такий розлад змінює звичну поведінку особи. ПТСР призводить до того, що особистість починає вважати, що будь-які дії можуть спричинити повторення певної стресової ситуації [2].

Що стосується США, то підняття даної проблематики офіційно було затверджено після Громадянської війни 1861 -1865 рр. У США симптоми ПТСР переглядались чотири рази (1987. 1994, 2000, 2013р.р). Причиною даного перегляду є продовження досліджень у даній сфері. Згідно останнім статистичним даними близько 4 з 10 американських чоловіків та 10 з 100 американських жінок протягом свого життя отримують діагноз ПТСР. Що стосується України, то подібна статистика та її проведення у нас, на жаль, відсутні [3].

Особливістю психологічної реабілітації військових у США є використання методів рекреації для стабілізації внутрішнього стану особистості.

Під *рекреаційною терапією* розуміють сервіс, який призначений для відновлення, усунення та встановлення ментального рівня людини під час виконання професійних обов'язків у процесі життєдіяльності, зміцнення здоров'я і благополуччя, а також зменшити чи усунути обмеження активності та обмеження участі у суспільному житті, які були викликані хворобою.

Метою рекреаційної терапії є ресоціалізація особистості, яка має проблеми з існуванням та взаємодією з суспільством за допомогою лікувальної рекреаційної діяльності.

Рекреаційна терапія США включає 7 груп методів:

Перша група рекреаційних методів включає: арт-терапію, терапію мистецтвом та ремеслами, садову терапію та кулінарну терапію. Застосування об'єктів творчості дає можливість розслабитись, покращити навички моторики, як приємний бонус можна отримати змістовне хобі. Через процес створення предметів творчості хворі можуть підвищити свою обізнаність, впоратись із симптомами хвороби, зменшити стрес та насолоджуватись створенням мистецтва.

Друга група – це музична, танцювальна, драматична терапія. Даний тип терапії дозволяє управляти стресом, полегшити біль, висловити свої почуття, покращити пам'ять, а також сприяє фізичній реабілітації.

До *третьої групи* методів відносять рекреаційні розминки. Вправи з певною кількістю навантаження розраховуються для кожного пацієнта індивідуально і допомагають досягти витривалості перед психологічним навантаженням. Сюди доцільно віднести їзду на велосипеді, легку атлетику, альпінізм, йогу, каякінг, плавання, рафтинг, каноеінг тощо.

Четверта група методів – це досвідна рекреаційна терапія, яка полягає у створення певних штучних суспільних ситуацій та середовища, де пацієнти займаються у групах і підвищують свою соціалізацію. Це відбувається за допомогою взаємодії між особою для досягнення певної покладеної перед ними мети.

У *п'яту окрему групу* методів відносять тваринну терапію, яка полягає у позитивному впливі тварин на психофізичне самопочуття людини.

Шоста група – це рекреаційне навчання, яке має на меті навчання в рамках суспільного розвитку особистості.

Сьомою достатньо великою групою методів є програмна рекреація, яка направлена на підвищення обізнаності особи, її відпочинок, соціалізацію, творчий розвиток, релаксацію та адаптацію до інвалідності або певних інших процесів, які залишаться на її подальше життя [5].

Впровадження методів активної рекреації для боротьби з ПТСР на території Чернівецької області, на нашу думку, є можливим та доцільним. Найбільш сприятливою територією є Вижицький район. Клімат тут помірно - континентальний та частково вологий, а рельєф – передгірський та гірський. Проте, найважливішим є те, що цей район вважається центром сільського зеленого туризму, а також є найбільш багатим на рекреаційні ресурси. Також не мало важливими районами де можна розвивати активну рекреацію та рекреаційну терапію є Путильський та Сторожинецький, на території котрих є низка природних ресурсів. До прикладу, на території Путильського району функціонує Черемоський національний природний парк, заказники Чорний Діл, Боргиня. «Гірське Око» є мальовничим гірським озером природного походження, на базі яких можна розвивати першу, другу та сьому групу методів рекреаційної терапії за прикладом США. Що стосується Сторожинецького району, то на сили його органів виконавчої влади проводяться три фестивалі: Фестиваль «Від Різдва Христового до Йордана», Фестиваль Березового соку, Фестиваль Красноільська полонина. Саме на їхній основі можна здійснювати рекреаційну терапію першої, другої та сьомої групи методів, відповідно.

Проаналізувавши компоненту структуру природно-ресурсного потенціалу Чернівецької області, виявлено те, що він займає 1,3 % від природно-ресурсного потенціалу України. Найважливішими ресурсами для здійснення рекреаційної терапії можна вважати мінеральні з часткою 5,2 %, водні – 18,3 %, лісові – 12,6%, природно-рекреаційні 13,7%. Ці дані відображають забезпеченість необхідними ресурсами на достатньому рівні, що формує можливість розвитку активної рекреації та рекреаційної терапії на території Чернівецької області.

Саме рекреаційні ресурси є основним компонентом для здійснення рекреаційної терапії, а отже сільський туризм може стати підґрунтям для старту та надалі подальшого розвитку рекреаційної терапії.

Більшість дослідників підходять до поділу туристичних ресурсів за загальною класифікацією, яка, на нашу думку, описує сільськогосподарські особливості ресурсів сільських місцевостей і не в повній мірі розкриває інші сфери сільського життя [4, с.271]. Тому, проаналізувавши та узагальнивши різноманітні підходи до класифікації туристсько-рекреаційних ресурсів, а також врахувавши специфіку рекреаційної терапії, було сформовано чотири групи туристичних ресурсів:

1. Природні туристично-рекреаційні ресурси;
2. Історико-етнокультурні туристично-рекреаційні ресурси;
3. Інфраструктурні туристично-рекреаційні ресурси;
4. Інформаційні туристичні ресурси.

На цій основі ми пропонуємо здійснити розподіл груп методів рекреаційної терапії відносно класифікації туристичних ресурсів наступним чином:

1. Першу та другу групу методів можливо почати розвивати на основі історико-етнокультурних туристичних ресурсів;

2. Третю та п'яту групу методів можна розвивати за допомогою природних туристично-рекреаційних ресурсів;

3. Четверту, шосту та сьому групи методів можна розвивати на основі інфраструктурних туристично-рекреаційних ресурсів, а також інформаційно туристичних ресурсів.

Замість центрів реабілітації для пацієнтів, які не потребують особливого медичного догляду (фізичної реабілітації), а у більшій частці потребують, власне, психологічної реабілітації, за допомогою рекреації можна реститувати садиби та агрооселі як спеціалізоване місце, а на їхніх територіях вже за наявної кількості ресурсів здійснювати певні частини рекреаційної терапії.

Отже, реабілітація військових із симптомами ПТСР займає чільне місце у профілактиці захворюваності з-поміж ветеранських структур певного регіону. У державних та комерційних програмах провідне місце виділяється саме рекреаційній терапії. У зв'язку із загостренням військової ситуації на Донбасі та перетворення даної території у «гарячу точку», а також збільшення кількості осіб, які страждають симптомами ПТСР, потрібно запозичувати досвід США, як країни, яка бере активну участь у збройних конфліктах по всій планеті, а також бореться з терористичними угрупованнями. Саме їхній досвід є цінним і потребує подальшого детального вивчення, задля того аби адаптувати та використати його на території Чернівецької області та України, загалом.

Список використаних джерел:

1. Exploring the possibility of using outdoor recreation to promote mental health in veterans with PTSD [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://commons.pacificu.edu/otmh/23/>
2. Посттравматичний стресовий розлад [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Посттравматичний_стресовий_розлад
3. ПТСР: стресс, травма и восстановление [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://psyall.info/blog/ptsr-stress-travma-i-vosstanovlenie>
4. Рутинський. М. Й., Зінько. Ю. В. Зелений туризм-К.:Знання, 2008.- с. 271
5. Exploring the possibility of using outdoor recreation to promote mental health in veterans with PTSD [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://commons.pacificu.edu/otmh/23/>

Христина Шпинтук, 6 курс, спец. «Туризмознавство», д/ф,
Наук. кер. – Гишук Р. М.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ НА БУКОВИНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто особливості організації подієвого туризму в транскордонному регіоні. Виявлено основні риси фестивального туризму на Буковині та визначено їхній соціально-економічний ефект у рамках транскордонного співробітництва.

Поряд із вже давно відомими основними видами туризму з'являються нові напрямки. Одним із таких є *подієвий туризм* – відносно новий, але безсумнівно цікавий та перспективний вид туризму, який розвивається досить динамічно. Все більшу популярність серед туристів завоюють унікальні тури, які поєднують у собі традиційний відпочинок разом із участю в найбільш видовищних подіях світу. Основною метою даного виду туризму є відвідання певних наперед визначених заходів та подій. При цьому не має значення чи це культурна подія, чи бізнес-захід чи, можливо, спортивний чемпіонат. Якщо туристи цілеспрямовано відправились туди, то це і є подієвий туризм. Під час таких заходів завжди спостерігається значний сплеск відвідуваності міста, де вони проводяться.

Незважаючи на зростаюче значення подієвого туризму, його теоретичні та практичні аспекти досліджені не надто широко. Багато українських та зарубіжних дослідників не виділяють подієвий туризм як окремий вид. Науковець О.О. Бейдик виокремлює фестивально-видовищний і спортивно-видовищний підвиди культурно-розважального туризму [2]. Дослідник І.М. Школа виділяє пізнавальні тури, метою яких є відвідування святкових заходів, концертів, виставок. Вчений М.П. Крачило визначає такий вид туризму як культурно-розважальний, у складі якого виокремлює розважальні подорожі задля відвідання фестивалів і спортивних змагань. Дослідниця Ю.П. Грицьку обґрунтувала термін «фестивальний туризм», виділила його в окрему систему, запропонувала класифікацію фестивальних турів, та їх особливості [1].

Надзвичайно цікавим та перспективним у плані розвитку подієвого туризму є Карпатський регіон – особливий геокультурний простір України, де збереглися давньоукраїнські та властиві карпатським етносам національні традиції, унікальна матеріальна і духовна культура. Протягом останніх років спостерігається підвищене зацікавлення туристів до етнокультурної спадщини Карпатського регіону. З іншого боку, самі носії цієї культури намагаються зберегти самобутність, відтворювати й популяризувати свої традиції. Найбільш вдалим способом адаптації народного та культурного надбання до використання в туристичному бізнесі є організація та проведення етнічних фестивалів, культурних, спортивних, розважальних заходів та подій.

Історія, матеріальна та духовна культура, національні традиції країн цього регіону тісно переплетені і є вагомими складовими туристичної привабливості краю. Саме тому для їхнього збереження, розвитку та активного використання як рентабельного туристичного ресурсу необхідно налагоджувати активне регіональне або транскордонне співробітництво.

Згідно Європейської рамкової конвенції про транскордонне співробітництво між територіальними громадами або владою, транскордонне співробітництво означає «будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями, які знаходяться під юрисдикцією двох або декількох Договірних Сторін, та на укладання з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей» [4].

Свою увагу ми сфокусуємо на особливостях транскордонного співробітництва між Україною та Румунією. Україно-румунське співробітництво обумовлюється тим, що частина територій і України, і Румунії входять до складу Буковини – історико-географічного регіону, розташованого між середньою течією Дністра та головним Карпатським хребтом у долинах верхньої течії Пруту та Сирету. На цій території розташовані Чернівецька область України, частково Сучавський та Ботошанський повіти Румунії, а також окремі території Бричанського

та Окницького районів Молдови. Історія, матеріальна та духовна культура, національні традиції, багатий культурно-етнографічний спадок цього регіону тісно переплетені та є вагомими складовими туристичної привабливості краю.

Чернівецька область – це екологічно чистий, транскордонний регіон із європейськими стандартами життя, високим науковим потенціалом, мультикультурний центр країни, лідер з розвитку малого та середнього бізнесу на інноваційній основі. Для формування та розвитку подієвого туризму у Чернівецькій області є багато позитивних передумов: близькість до кордону Європейського Союзу (Румунський кордон – 40 км, Польський кордон – 360 км, Словацький кордон – 430 км) створює умови для залучення європейського туриста, формування іноземних туристичних потоків; область у складі України належить до Європейського туристичного регіону, на який припадає більше половини світових міжнародних туристичних прибуттів; область розташована у популярному серед туристів Карпатському регіоні, що забезпечує високий туристичний попит; багата історико-культурна спадщина та етнографічне багатство краю; завдяки природним умовам області тут розвинулися і збереглися традиційні ремесла та заняття населення; збереження традиційної обрядовості та автентичних звичаїв; різноманітний етнічний склад населення (тут жили і живуть українці, румуни, молдовани, поляки, німці, росіяни та ін.).

Організація подієвого туризму має потужний економічний ефект для регіону. Цей напрямок в туризмі дозволяє вирішувати низку соціально-економічних проблем, притаманних не тільки туристичній галузі. Фестивалі є потужним стимулятором туристичного потоку до регіону, сприяє збільшенню надходжень до бюджету, в тому числі валютних. Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, приваблюючи туристів у період міжсезоння. Для Чернівецької області ця проблема є актуальною, оскільки за останні роки спостерігається тенденція зменшення кількості обслугованих туристів, як внутрішніх, так і іноземних (табл. 1).

Таблиця 1

Туристичні потоки Чернівецької області, тис. ос. [7]

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності	44,1	61,6	64,1	48,4	18,9	18,6	16,6
у тому числі:							
іноземні туристи	3,8	5,2	4,1	2,2	0,6	0,5	0,1
туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	12,7	17,4	23,2	20,5	13,9	15,1	14,5
внутрішні туристи	27,6	39,0	36,7	25,7	4,5	3,1	2,0
Кількість екскурсантів	14,9	18,2	6,3	5,1	3,2	2,7	1,1

Також проведення масштабних заходів та подій дає можливість вирішити проблеми простоювання та низької рентабельності готельного господарства краю. Так, згідно даних Головного управління статистики у Чернівецькій області у 2014 році на території області нараховувався 91 готель та аналогічний засіб розміщування, (що на 4,6% більше, ніж у 2013 році), в яких було обслуговано 104,0 тис. осіб, що на 12,1% менше, ніж у 2013 році. За 2014 рік у було прийнято на обслуговування 3,5 тис. іноземних громадян із 59 країн світу, що становило 3,4% від загальної кількості обслугованих. Загальна кількість ночівель, проведених іноземними громадянами, що відвідали Буковину в 2014 році, становила 4,8 тис., що в 2,5 рази менше, ніж за попередній рік. Середньорічна завантаженість готелів міста протягом 2005-2014 рр. складала 8,2-58,1% [7]. Середня тривалість перебування одного туриста в закладах розміщення не перевищує 3-х днів.

Саме тому пріоритетним напрямком розвитку туризму на Буковині має стати проведення різнопланових фестивалів та подій національного та міжнародного характеру, що дасть можливість збільшити туристичні потоки до регіону, продовжити тривалість перебування туристів та збільшити період споживання туристичних послуг.

За даними Головного управління статистики у Чернівецькій області, туристична галузь Буковини останніми роками активно розвивається та викликає інтерес як на теренах України, так і за кордоном. Зокрема, в 2014 році на території області організовано та проведено низку заходів: Різдвяно-новорічний ярмарок, IV фольклорно-етнографічний фестиваль «Маланка – фест 2014», свято «Запали найбільше серце твого міста», свято «Христос Воскрес – Воскресне Україна», Міжнародний день захисту дітей, X Буковинський туристичний ярмарок, XIII фестиваль кулінарного мистецтва «Буковинська гостинність – 2014», міське свято «Петрівський ярмарок» та міжнародні змагання зі спортивного туризму «XII Буковинські екстремальні ігри – 2014» [7].

Проведено традиційні свята, конкурси, фестивалі, тощо. Зокрема, обласне фольклорно-етнографічне свято «Від Різдва Христового до Йордана», свято виходу на полонини «Полонинська ватра», обласний конкурс читців, присвячений пам'яті Тараса Шевченка, XXV Міжнародний фольклорний фестиваль «Буковинські зустрічі».

Визначною подією нашої області було встановлення рекорду України в номінації «Мистецтво» із масового (понад 426 людей) та одночасного вишивання вручну – «Карта України, вишита вручну найбільшою кількістю вишивальників». Восьмий рік поспіль у м. Чернівцях відзначали свято «Дня вишиванки», яке було присвячено українській сім'ї та патріотичному вихованню дітей.

У місті Вижиця відбувся XIII Міжнародний фестиваль-конкурс пісні і танцю «Перлина Черемошу», участь у якому брали майже 800 учасників з усіх куточків України та з-за кордону.

На Путильщині святкували районне свято «Полонинська ватра-51», яке супроводжувалося колоритним масовим театралізованим дійством. У рамках свята пройшли торговельно-виставкові заходи декоративно-ужиткового мистецтва самобутніх гуцульських народних промислів, виступ фольклорно-танцювального колективу, місцевих аматорів художньої самодіяльності, святково-розважальні дійства.

В 2014 році в Новоселицькому районі відбулося наймасовіше традиційне фольклорно-етнографічне свято «Різдвяні зустрічі» та фестиваль народного мистецтва «Мерціфор».

Влітку в місті Чернівцях відбулося свято «Петрівський ярмарок», до участі в якому залучено 600 суб'єктів підприємницької діяльності, аматорські колективи художньої самодіяльності та учасники спортивних змагань з міста та районів області, а також інші 23 області України. В рамках Петрівського ярмарку презентовано «Туристичне містечко», «Мистецький узвіз», «Півний майдан», «Містечко майстрів», «Свято національних кухонь», автосалон, дитячий майданчик тощо. Для підприємців, чернівчан та гостей міста презентовано безкоштовний новий журнал «Ярмарки Чернівців» [7].

Ще одним із найбільш яскравих та феєричних подій є щорічний міжнародний фольклорно-мистецький фестиваль «Буковинські зустрічі». Мета фестивалю – налагодження і підтримка всебічних зв'язків між колишніми буковинцями чи їхніми нащадками різних національностей, розкиданих по всьому світу. Відповідно до протоколу п'ятисторонньої Міжнародної угоди між Україною, Польщею, Румунією, Угорщиною, Словаччиною, підписаної 14 квітня 2013 року, про проведення XXIV Міжнародного фольклорного фестивалю «Буковинські зустрічі», цьогорічна українська частина фестивалю відбулася 13 липня у рамках проведення Петрівського ярмарку м. Чернівці. На фестивалі цьогоріч було представлено понад 120 різних колективів із різних країн. Це були і танцювальні, і вокальні групи, які у всій красі показали традиції та звичаї Буковини.

У межах святкування новорічно-різдвяних свят у Чернівцях започатковано фольклорно-етнографічний фестиваль Маланок. Основна ідея Фестивалю – презентація Чернівецької області як краю різнобарвного в етнічному відношенні, регіону в якому збережені традиції народних свят, зокрема традиції Маланок. Фестиваль Маланок в Чернівцях – це унікальне дійство, на якому представлена українська, бессарабська, гуцульська, молдавська, румунська Маланка, традиції яких збережені на Буковині. У Фестивалі беруть також участь колективи з осучасненою Маланкою, так званою периберею. Особлива вагомість участі у Фестивалі маланкувальних колективів області, які демонструють автентичну Маланку, вік якої більше ста років.

Розвиток подієвого туризму на Буковині в останні роки реалізовувався в рамках спільної операційної програми «Румунія-Україна-Республіка Молдова 2007-2013». Програма мала за мету поліпшення економічної, соціальної та екологічної ситуації на програмній території в контексті безпечних і надійних кордонів шляхом поглиблення контактів між партнерами по обидва боки кордону. Проектом було передбачено комплекс культурно-туристичних заходів, з метою популяризації традиційного фольклору, старовинних національних традицій та історико-культурної спадщини задля залучення національних та міжнародних туристів та створення привабливого туристичного іміджу транскордонної Буковини. Основними компонентами проекту стало створення комбінованої мережі культурно-туристичних заходів: фестивалів із міжкультурної співпраці, міжнародних фольклорно-етнографічних та міжетнічних фестивалів. В рамках реалізації проекту видано промоційну літературу про туристичний потенціал області: брошури «Туристична Буковина в різноманітті!», «Буковина туристична». Виготовлено презентаційний буклет «Чернівці-Буковина», туристичний путівник «Чернівці», екскурсійні програми «Чернівці – прогулянка містом». Сформовано «Календар туристично-привабливих подій».

Згідно плану заходів із реалізації стратегії розвитку Чернівецької області до 2020 року впродовж 2015-2017 рр. передбачено розвиток туристичного потенціалу регіону шляхом таких кроків: завершення будівництва пунктів пропуску «Порубне-Сірет», «Ульма-Руська», «Вашківці-Гріменкеуць», «Кельменці-Ларга» та збільшення пропускної спроможності пунктів пропуску через державний кордон; відновлення автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям державного та місцевого значення вищої категорії; оновлення навігаційних знаків в центральній частині міста і встановлення мапи міста в місцях найбільшого скупчення туристів; створення мобільного додатку про місто і нових туристичних продуктів; проведення культурно-мистецьких заходів, спрямованих на збереження національних звичаїв, традицій та фольклору; збереження соціально-культурної спадщини за допомогою створення та зміцнення зв'язків між музеями по обидві сторони кордону, зокрема обміну досвідом у створенні реставраційних майстерень, музеєфікації автентичних архітектурних об'єктів та облаштування інфраструктури музейної експозиції; реалізація спільних проектів культурного, екологічного спрямування на вирішення спільних проблем територіальних громад транскордонних регіонів [5].

Отже, розвиток транскордонного співробітництва в рамках подієвого туризму на перспективу призведе до активізації економічних, соціальних, науково-технічних, культурних, екологічних та інших зв'язків між територіальними громадами прикордонних регіонів, розвитку транскордонного туризму, поглиблення співпраці освітніх установ євро регіону, зокрема в частині організації міжнародних студентських обмінів та реалізації нових міжнародних навчальних програм, формування єдиного інформаційного простору для науково-дослідних установ та ВНЗ, захисту та промоції об'єктів світової культурної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Грицку-Андрієш Ю.П. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності Ю.П. / Грицку-Андрієш, Ж.І. Бучко // Науковий вісник Чернівецького університету. - 2010. - Вип.519-520. - С.56-60
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. - 304с.
3. Гакман С. Транскордонне співробітництво в західних областях України в контексті розвитку євро регіонів / С. Гакман // Актуальні проблеми внутрішньої політики. - 2004. - № 3. - С. 194
4. Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями (ухвалена 21 травня 1980 р., м. Мадрид) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
5. Стратегія розвитку Чернівецької області на період до 2020 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.oda.cv.ua>;
6. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. - К.: Знання, 2013. - 334 с. (Вища освіта XXI століття) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://library.kpi.kharkov.ua/NEW/ShandorSuchRizn.pdf>
7. Головне управління статистики в Чернівецькій області. Туризм та відпочинок в області: статистичний збірник [Текст] / [за ред. Г.І. Петрова]. - Чернівці, 2013. - 79с.
8. Бройде З. Утворення євро регіональних структур / З. Бройде // Монтаж + технологія. - 1999. - № 5. - С. 14

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ

В даній статті досліджуються основні тенденції розвитку вітчизняних брендів, а також особливості виходу українських брендів на міжнародний ринок в умовах сьогодення.

У сучасних умовах ринкового середовища щодо широкого вибору та диференціації товарів конкурувати підприємствам без сильної торгової марки, яка могла б забезпечити унікальність, неповторність та диференціацію пропозиції, практично неможливо. Необхідно створювати умови, за яких продукт компанії повинен втілювати важливі і цінні для споживача якості, настільки потрібні йому, щоб він, безумовно, вибрав би саме цей продукт, символічно одержуючи все те, що має для нього особливе значення. Отже, компанії потрібен бренд, і це спонукає більшість виробників усвідомити актуальність адаптації концепцій брендингу до сучасних ринкових умов [4, с.136].

Останнім часом бренду приділяють багато уваги наукові та практичні видання. Сьогодні ринок достатньо насичений товарами та послугами найрізноманітніших сфер, видів та цінових категорій. Увійти на ринок та переконати споживачів, що саме ви – найкращі, найсучасніші та найпрофесійніші, стає все складніше, зважаючи на конкурентів, які також діють на ринку. Тому бренд стає найважливішим інструментом маркетингу для досягнення довготривалого фінансового успіху.

Питання визначення бренду актуально, що підтверджується великою кількістю досліджень та публікацій з даної тематики, існуванням спеціалізованих періодичних видань. Компанії зацікавлені отримувати більші прибутки від продажу (бренд може це їм гарантувати), прагнуть, щоб саме їм надавали перевагу потенційні споживачі, намагаються зробити своє ім'я впізнаваним брендом.

Для досягнення такого результату підприємству необхідно визначити для себе основні стратегії розвитку бренду своїх торгових марок, оцінити переваги, які вони отримають разом з брендом, створити умови для розширення свого бренду в Україні і поза її межами та стати гарантом якості для українських споживачів.

Вагомий внесок у розроблення теоретичних і практичних засад брендингу зробили такі вітчизняні та іноземні науковці: Д. Аакер, Т. Амблер, П. Темпорал, Г. Чамерсон, Л. Балабанова, С. Гаркавенко, Д. Джобер, Дж. Еванс, В. Кардаш, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, С. Скибінський, О. Сологуб.

Такі вчені як Ф. Котлер, Я. Елвуд, Скотт М. Девіс, Дж. Трауд, І. Шаповалова і багато інших у своїх книгах розкривають проблему розробки брендів. Крім того, відомі діячі реклами також не стоять осторонь цієї проблеми.

Варто пам'ятати, що сучасний ринок споживачів – це суперництво між товарними знаками, товарними марками і рекламними образами за лояльність та увагу споживачів. В умовах, коли на ринку постійно з'являються нові товари та торгові марки, компанії часто опиняються у ситуації, коли майже весь товарний ресурс впливу на споживача вичерпаний. В такій ситуації важливо, щоб продукт компанії реалізував важливі і цінні для покупця якості, щоб він безперечно вибрав саме той продукт, символічно здобуваючи все те, що має для нього виняткове значення. Таким чином, сучасній компанії сильний та добре відомий бренд, і це спонукає виробників усвідомити актуальність пристосування концентрації брендингу до умов ринку.

Поряд з тим, необхідно вирізнити і поняття брендингу. Брендинг – систематичний процес управління торговельною маркою (брендом) компанії від стадії створення до вилучення з ринку.

За оцінками консалтингової компанії «Interbrand», відносна значимість брендів серед інших активів компанії становить значну частку (табл. 1).

Таблиця 1

Значимість брендів серед інших активів компанії, %

Галузь діяльності	Матеріальні активи	Бренди	Інші нематеріальні активи
Інформаційні технології	30	20	50
Автомобілебудування	50	30	20
Фінансові послуги	20	30	50
Виробництво продуктів харчування	40	55	5
Виробництво предметів розкоші	25	70	5
Фармацевтика	40	10	50

При цьому сама вартість відомих світових брендів теж становить значні суми. За оцінками тієї самої компанії «Interbrand», вартість такого бренду, як «Coca-Cola», дорівнює приблизно 84 млрд. дол. США, що становить 56 % ринкової капіталізації компанії. Відповідно цифри для інших, не менш відомих брендів такі: «Marlboro» - 21 млрд. дол. США (19 %), «Microsoft» - 57 млрд. (21), «Disney» - 35 млрд. (58), «Kodak» - 15 млрд. (60), «Toyota» - 31 млрд. дол. США (14 %).

В Україні термін «брендинг» та процес брендингу стали активно використовуватися підприємствами в останні 10 – 20 років. Брендинг все більше починає не тільки доповнювати їх маркетингову політику, а й іноді становитися ключовим елементом маркетингового плану. Значення брендингу для розвитку підприємств характеризував Ф. Котлер, підкреслюючи, що професійні маркетингологи повинні вміти створювати, підтримувати, захищати, посилювати і розширювати торгові марки, тобто управляти ними [1].

Українські споживачі сприймають успішний бренд як систему цінностей, яка дозволяє виділяти продукти, відокремлювати від товарів конкурентів і в деяких випадках віддавати перевагу українським брендам над глобальними. Бренд повинен встановити зі споживачем лояльні відносини на основі наступних правил:

• комунікації повинні бути швидкими і точними, здатними відобразити способи виготовлення, призначення і якість товару і надати незабутнє враження навіть при одиничних контактах з торговою маркою;

Ї організація комунікацій повинна здійснюватися на основі точного запису, що дозволяє навіть при короткому повідомленні зберегти в собі центральну ідею торгової марки;

Ї повідомлення про товар має формувати у свідомості покупця стійке враження про даний товар серед аналогічних товарів конкурентних торгових марок.

Успішність бренду на ринку залежить від портфеля брендів, а кількість брендів визначається їхніми функціями. Формула успіху для портфеля брендів компанії має виглядати таким чином:

- Ї розвивати прихильність споживачів за допомогою якості і ціни, які необхідно постійно обґрунтовувати;
- Ї вигравати за допомогою загальних цінностей;
- Ї привертати споживачів регулярними інноваціями, які узгоджуються із цими цінностями [3, с. 134].

Враховуючи глобальну експансію міжнародних брендів, в Україні все одно залишаються дуже сильні національні традиції, що дозволяє вітчизняним брендам нарощувати потенціал і часто утримувати лідируючі позиції у своїх сегментах. Незважаючи на домінування міжнародних брендів на багатьох національних ринках, чимало брендів мають значно більший вплив і з часом виходять на загальнонаціональний і навіть світовий рівень [2, с. 35].

В Україні про це свідчать ряд брендів, які отримали міжнародне визнання. Так, агентство MPP Consulting, яке займається аналітикою, аутсорсингом маркетингу в сфері фінансових інвестицій опублікувало щорічний рейтинг 100 найдорожчих українських брендів відомих на міжнародному ринку [5]. До десятки найдорожчих брендів України належать: «Моршинська» – вартість 498 млн \$; «Оболонь» – вартість 335 млн \$; «Сандора» – вартість 270 млн \$; «Roshen» – вартість 228 млн \$; «Nemiroff» – вартість 223 млн \$; «Київстар» – вартість 218 млн \$; «Наша ряба» – вартість 214 млн \$; «Чернігівське» – вартість 203 млн \$; «Приватбанк» – вартість 195 млн \$; «Хлібний дар» – вартість 174 млн \$.

Далеко не всі українські підприємства займаються розробкою та просуванням бренду, але саме бренд допомагає вижити під час кризи і вийти на світовий ринок.

Отже, в сучасних економічних умовах вітчизняні підприємства стикаються із підвищенням конкуренції на внутрішньому ринку і необхідністю виходу на світовий. Існує декілька напрямів, що дозволять українським підприємствам конкурувати із іноземними компаніями, і одним із них є розвиток справжнього унікального бренду. Це дозволить Україні затвердити себе як повноцінного члена світових економічних відносин.

Використання прогресивних маркетингових технологій і формування позитивного іміджу українських брендів сприяє сталому розвитку економічних відносин як в країні, так і за її межами

У сучасному бізнесі, коли виробництво будь-якого продукту доступне практично будь-якій компанії, конкурентна боротьба переміщається в інформаційне поле. Тут бренд, як його інструмент, має дуже важливе конкурентне значення.

В сучасному світі бренд – це умова існування товару в цілому. Бренд – це фактор забезпечення прихильності споживача. Бренд стає важливим для свого власника як дорогий актив компанії, та й для споживача, як фактор, що дозволяє ідентифікувати товар. Тому процес створення та управління брендами стає пріоритетним направленням сьогодення.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – [12-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 816 с.
2. Кузьмін О. Є. Споживча корисність бренду / О. Є. Кузьмін, О. Б. Гевко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – №1. – С. 34-37.
3. Поліщук Т. В. Перспективні напрями розробки успішних брендів в Україні / Т. В. Поліщук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №7. – С.129-137.
4. Ястремська О. М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія / О. М. Ястремська, О. М. Тімонін, К. О. Тімонін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 244 с.
5. UKRBRAND 2014. TOP 100 UKRAINIAN BRANDS [Electronic resource]. – Mode of access: <http://mppconsulting.com.ua/ukrbrand/ukrbrand2014.pdf>

Станіслав Глібка, 5 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О. Ю.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті ставиться завдання розглянути особливості формування ефективної асортиментної політики торговельного підприємства.

В умовах ринкової економіки асортиментна політика є важливою частиною загальної стратегії торгівлі. Асортиментна політика – це заздалегідь визначений курс дій або обдуманих принципів, за якими здійснюється формування товарного асортименту. Формування оптимального асортименту, сприяючого оптимізації прибутку та збереженню бажаного прибутку на тривалий період часу дуже актуально для підприємств, що прагнуть бути конкурентоспроможними. Формування та реалізація асортиментної політики необхідні, щоб спрогнозувати інвестиції в розвиток бізнесу, визначити умови беззбиткової роботи організації. Особливо це необхідно в умовах жорсткого конкурентного середовища, коли з боку покупців пред'являються високі вимоги до якості. У такому випадку аналіз асортиментної політики організації торгівлі – запорука успіху. Вірно обрана стратегія допоможе завоювати лідерство в конкурентній боротьбі за клієнта, отже, отримати максимальні прибутки і розширити бізнес. Лідерство в конкурентній боротьбі отримує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації і може максимально ефективно нею управляти.

Метою статті є дослідження особливостей формування ефективної асортиментної політики торговельного підприємства.

Проблемою дослідження особливостей формування ефективної асортиментної політики торговельного підприємства займалися науковці, серед яких Бичікова Л. А., Красовська Т. В., Маслакова Н.Д., Степанюк, Н.С., Голота М., Ковба Ж. М., Корнійчук А. П., Павлова В.А., Сіренко С.О., Дідик А.В., Шкодинський Д. С. та ін.

Одним з найважливіших інструментів і складових у боротьбі з конкурентами є асортиментна політика. Д.С.Шкодинський розглядає асортиментну політику як систему спрямування діяльності підприємства на створення і підтримку доцільної широти і глибини асортименту в певному якісно-ціновому діапазоні товарів, що забезпечує задоволення попиту цільового сегменту споживачів і конкурентоспроможність підприємства [9].

Асортиментна політика торгового підприємства – це цілеспрямована діяльність в області товарного забезпечення ринку, заснована на довгостроковому плануванні та регулюванні, спрямована на задоволенні попиту споживачів з урахуванням оптимізації номенклатури товарів та забезпеченні рентабельності всієї діяльності. Чим більш якісно підібраний асортимент товарів торгового підприємства, тим більший прибуток буде отриманий [1, с. 70].

Підприємці при формуванні асортименту керуються, перш за все, прагненням отримати прибуток. З одного боку розширення асортименту забезпечує магазину зростання товарообігу і прибутку, з іншого – неминуче збільшує товарні запаси і уповільнює оборотність коштів, а це збільшує витрати обігу і знижує прибуток. При формуванні асортименту виникають проблеми цін, якості, гарантії, сервісу. Невідома також позиція самого виробника: чи збирається він грати роль лідера в створенні принципово нових товарів або ж змушений слідувати за іншими виробниками.

Основними завданнями асортиментної політики є: забезпечення відповідності товарного асортименту характеру попиту; оптимізація асортименту на основі попиту, аналіз продажів і прибутковості товарів і категорій в цілому; визначення оптимальної націнки; планування розміщення товарів у залі і на полицях відповідно до принципів мерчандайзингу. А також організація заходів щодо просування товару; забезпечення економічної ефективності (рентабельності) роботи магазину.

Етапи асортиментної політики:

- визначення стратегічних цілей підприємства;
- визначення цілей і завдань покладених на асортиментну політику;
- комплексне дослідження мікро- і макросередовища підприємства;
- створення індикаторів, здатних визначити ефективність співпраці з тими чи іншими постачальниками, визначення обсягів співробітництва;
- втілення в життя планів щодо поліпшення асортименту;
- контроль через зворотній зв'язок.

На побудову асортиментної політики в роздрібних торговельних підприємствах впливає ряд економічних, соціальних, демографічних, специфічних та ін. факторів. Формування асортименту відбувається з урахуванням оборотності товарів, розміру товарообігу та отриманого прибутку.

В основі формування асортиментної політики підприємства лежить той факт, що кожен товар в асортименті в тій чи іншій мірі впливає на фінансовий стан підприємства. Асортиментна політика визначає оптимальне співвідношення набору виробів. Не існує єдиних рекомендацій, яка кількість продукції та її модифікацій повинна одночасно вироблятися і продаватися на ринку. Також не існує єдиних наборів товарів, які одночасно є на ринку, залежно від їх життєвого циклу.

Формуванню асортименту передують розробка підприємством асортиментної концепції, метою якої є пошук орієнтирів по випуску товарів, найбільш відповідних структурі попиту конкретних покупців. Концепція управління асортиментною політикою підприємства передбачає комплекс дій: аналіз ринку і брендів; аналіз комунікації; розподіл; юридичні відносини; відносини з конкурентами; пакування та транспортування; постачання товарів; продаж та післяпродажне обслуговування.

Асортиментна концепція виражається у вигляді системи показників, що характеризують можливості оптимального розвитку виробничого асортименту тієї чи іншої продукції. Виділимо основні з них:

- різноманітність видів і різновидів товарів;
- рівень і частота оновлення асортименту;
- рівень і співвідношення цін на товари даного виду [4, с. 203].

Розширення асортименту проводиться з кількох причин, в тому числі:

- для деяких товарів основного асортименту необхідно мати що доповнюють товари (товари-комплементи);
- діяльність оптової компанії при даному асортименті нерентабельна (малий оборот);
- вирішуються інші маркетингові завдання: просуваються товари-новинки, підприємство переключається на більш великі роздрібні сегменти і т. ін.

Для формування асортиментної політики необхідна інформація про характеристики сегментів ринків, товарів, купівельних переваг, динаміки цін, ці дані потрібні для визначення умов беззбиткової роботи та управління сукупним прибутком для оптимізації оподаткування, а також прогнозування можливих вкладень власних коштів компанії в розвиток бізнесу.

Особливе місце в асортиментній політиці займає проблема пошуку оптимального співвідношення товару, що знаходяться в різних стадіях життєвого циклу і одночасно присутніх на ринку. Метою такого пошуку є створення достатньо стабільних загальних умов реалізації товару і компенсації витрат на інноваційні розробки, впровадження товару-новинки, а також підтримання товару, що знаходяться в стадії спаду і очікування можливого збільшення споживчого попиту в осяжній перспективі.

Для того що б підприємство краще функціонувало, необхідно регулярно удосконалювати і доповнювати свій товарний асортимент. Асортиментна стратегія може будуватися за наступними напрямками:

- товарна диференціація пов'язана з виділенням підприємством своїх видань як особливих, відмінних від видань конкурентів, і забезпеченням по ним окремих «ніш» попиту;
- вузька товарна спеціалізація визначається роботою підприємства на досить вузькому сегменті ринку і пов'язана з обмеженнями сфери збуту продукції в силу ряду причин;
- бажання і перевагу покупців купувати велике число найменувань продукції одного підприємства;
- оптимальність продажів збутової мережі кількох видів продукції одночасно;
- розвиток торгівлі за спеціальними замовленнями окремих споживачів, що передбачають індивідуальне виготовлення продукції заданих властивостей і характеристик;
- прагнення уникнути наявності невикористаних або незавантажених потужностей за рахунок виробництва інших, додаткових видів продукції;
- бажання використовувати побічні продукти для виробництва нових видів продукції і підвищити загальну ефективність діяльності підприємства [7].

Для ефективного управління асортиментом насамперед необхідно скласти товарний класифікатор і асортиментну матрицю.

Управління асортиментною політикою продукції, що випускається, є безупинним процесом, що виникає з моменту зародження задуму «створення» нового виробу і триває до моменту зняття його з виробництва, тобто протягом усього життєвого циклу виробу. Ефективна реалізація всіх елементів системи асортиментної політики підприємств і цілеспрямоване управління ними, вимагає систематичного проведення аналізу їх діяльності. Це допоможе визначити, зіставити і привести у відповідність існуючий і бажаний стани системи. Існує ще один важливий елемент системи формування асортименту і в цілому товарної політики – вилучення з програми неефективних товарів. Ухваленню рішення про вилучення чи залишення товару у програмі підприємства передують оцінка якості показників кожного товару на ринку.

Товар, який вичерпав свої ринкові можливості та вчасно не вилучений із виробничої програми, приносить великі збитки, вимагаючи значних матеріально-фінансових і тимчасових витрат. Якщо виробник не буде проводити аналіз випущеної і реалізованої продукції, то асортимент може виявитися «перевантаженим» неефективними товарами з усіма негативними наслідками.

Асортиментна політика торговельних підприємств України повинна враховувати динаміку факторів підвищення купівельної спроможності населення, попит споживачів, поведінку конкурентів, загальний рівень достатку не лише території, де знаходяться торговельні площі, а й країни загалом. Щодо управління глибиною асортименту по типах магазинів України шляхом логічного аналізу можна сформулювати наступні рекомендації: мінімаркети мають резерв збільшення глибини асортименту, особливо там, де застосовується традиційна форма продажу товарів; супермаркетам доцільно продовжити політику помірної збільшення глибини асортименту. Це особливо позитивно вплине на збільшення кількості відвідувачів, а також обумовить посилення тенденції на зростання комплексності покупки, що позначиться на її середній ціні; інший аналітичний формат – дослідження ефективності діяльності магазинів з різною формою торгівлі, показує, що однією з причин високого рівня поточних витрат та низької товарооборотності запасів в магазинах, які реалізують товари за традиційною формою, є дуже високий рівень асортиментизації товарів відносно розміру торгової площі магазинів [6].

Ефективність оптимізації асортименту також залежить від регулярності її проведення. Крім того, перспективи виведення на ринок нових продуктів відіграють важливу роль і такі аспекти асортиментної політики треба теж брати до уваги. На етапі планування варто враховувати, який вплив на діяльність компанії вчинить просування на ринок нового товару

Асортиментна політика – це складний елемент, який не існує сам по собі, на нього обов'язково впливають різні фактори (демографічні, соціальні, психологічні та ін.), а також він повинен орієнтуватися на різні принципи формування асортименту торговельної організації. У свою чергу управління асортиментом координує взаємопов'язані види діяльності – науково-технічну та проектну, комплексне дослідження ринку, організацію збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту. Широка асортиментна гама продукції, що випускається зміцнює ринкові позиції підприємства і розширює обсяг продажів. Оптимізація номенклатури товарів, що одночасно знаходяться на ринку, але розрізняються за ступенем новизни, дозволяє гарантувати підприємству відносно стабільні загальні умови забезпечення обсягів реалізації, покриття витрат і досягнення прибутку.

Список використаних джерел:

1. Бичікова Л. Проблемні питання формування асортиментної політики торговельних підприємств [текст] / Л. Бичікова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 70-72.
2. Красовська Т. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах [текст] / Т. Красовська // Економіка та держава. – 2010. – № 2. – С. 67-71.
3. Маслакова Н. Управління асортиментною політикою підприємства [текст] / Н. Маслакова // Актуальні проблеми економіки та управління: Збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 5. – С. 64-68.
4. Степанюк Н. До питання формування асортиментної політики торговельного підприємства [текст] / Н. Степанюк, З. Петриченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 5. – Т. 1. – С. 202-204.
5. Хоптюк А. Теоретичні аспекти управління обсягом та асортиментною структурою товарообороту торговельного підприємства [текст] / А. Хоптюк, Є. Кравчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 10. – С. 84-90.
6. Голота М. Актуальність асортиментної політики в сучасних умовах [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_10_16_17/sekcija_5_ekonomichni_nauki/aktualnist_asortimentnoji_politiki_v_suchasnikh_umovakh/8-1-0-81
7. Одинцова Е.В. Формирование асортиментной политики [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/pricing/assortment_policy1.htm
8. Сіренко С.О. Перспективний товарний асортимент як основа ефективної маркетингової політики торговельного підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://intkonf.org/ktn-sirenko-so-didik-av-perspektivnyi-tovarniy-asortiment-yak-osnova-efektivnoyi-marketingovoi-politiki-torgovelnogo-pidpriemstva/>
9. Шкодинський Д.С. Удосконалення маркетингової товарної політики підприємств роздрібною торгівлі шляхом раціоналізації управління [Електронний ресурс]. Режим доступу: асортиментом <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3041>

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ

В даній статті проводиться дослідження основних цінових стратегій які застосовуються підприємством на різних етапах життєвих циклів товарів, або товарних груп.

Будь-яка комерційна організація, що функціонує в умовах ринкової економіки, ставить перед собою основну мету - максимізацію прибутку. Значну роль у досягненні цієї мети відіграє правильність проведення цінової політики організації на ринку продукції, що випускається.

Українські підприємці часто роблять більший акцент на мінімізації витрат виробництва, а не на комплексі маркетингових заходів[4]. Для того щоб уникнути помилок в ціноутворенні, необхідно вивчити сутність, цілі, послідовність розробки і застосування цінової політики, яка дозволить ефективно реалізувати товар на ринку і підвищити конкурентоспроможність організації, а також врахувати етап життєвого циклу товару підприємства [4].

Ефективна цінова політика забезпечує фінансову стабільність підприємства та його здатність йти на свідомий і виправданий фінансовий ризик, що є дуже важливим. Водночас, цінова політика вітчизняних підприємств доволі часто ще здійснюється безсистемно та некваліфіковано. Актуальність статті обумовлює необхідність переходу від традиційного до якісно нового підходу у процесі формування цінової політики підприємств – підходу, заснованому на концепції маркетингу.

Вчені розглядають процес формування цінової політики з погляду багатоетапного підходу. Вивчення наукових підходів до визначення етапів формування цінової політики на підприємстві дозволяє відмітити, що однакової точки зору в даному питанні дотримуються більшість авторів, а саме: Котлер Ф., Герасимчук В.Г., Гаркавенко С.С., Уткін Е.А., Ховард К., Васильєва Н.Е., Козлова Л.І. Так вони виділяють шість основних етапів цінової політики, при цьому в однаковій послідовності: встановлення цілей ціноутворення, визначення попиту, оцінка витрат, аналіз цін і товарів конкурентів, вибір методу ціноутворення, встановлення остаточної ціни. Формування маркетингової політики ціноутворення - досить непростий і трудомісткий процес. Особливо він ускладнюється за транзитивної економіки, що пояснюється мінливістю та непередбачуваністю економічних процесів.

В даний час існують різноманітні наукові підходи до визначення поняття «цінова політика». По суті всі вони відображають загальні принципи, правила і критерії, яких підприємство повинно дотримуватися в процесі формування ціни на продукцію, коригуванні її рівня при зміні умов маркетингового середовища та кон'юнктури ринку, а також контролю за цінами.

Такі чинники, як витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією товару, еластичність попиту, поведінка конкурентів, змінюються по мірі того, як товар на ринку проходить через усі етапи життєвого циклу. Тому будь-яка цінова стратегія, щоб залишатися актуальною та ефективною, також повинна змінюватися [2].

Цінова політика підприємства завжди спрямована в майбутнє, а майбутнє залежить від сьогодення. Існують деякі закономірності, які дозволяють коригувати ціни залежно від етапу життєвого циклу товару (ЖЦТ).

Маркетингова політика і стратегія розвитку підприємства будуються виходячи з поточного етапу ЖЦТ[1]. Життєвий цикл товару (ЖЦТ) описує типовий розвиток показників обсягу реалізації, обороту і прибутку від реалізації даного товару протягом часу його виробництва на підприємстві. Цей розвиток має ряд особливостей (етапи циклу), які висувають різні, а часто навіть і протилежні, вимоги до ціноутворення на даний вид товару або товарну групу. Виходячи з численних спостережень обмеженого в часі циклу життя товару, маркетингологи відзначають спочатку зростаючі, а потім знижуються темпи зміни обороту, витрат і прибутку[1].

Аналізуючи ці етапи, можна отримати дані про особливості ринку, про перспективи динаміки збуту товару, про типові для даного етапу форми конкуренції, рівнях витрат і прибутку, що дозволить оптимізувати цінову політику фірми по даному товару або товарної групи. Розглянемо особливості ціноутворення на кожному з етапів ЖЦТ.

1. Етап впровадження, або появи на ринку. На цьому етапі підприємство повинно визначити, якою буде стратегія ціноутворення інноваційного продукту. Переважно на цьому етапі застосовуються дві основні цінові стратегії: «зняття вершків», «стратегія проникнення на ринок»

Ціноутворення за цінової стратегії «зняття вершків» - це встановлення високої ціни щодо економічної цінності конкретного товару для більшості потенційних покупців і для одержання прибутку за рахунок низької чутливості до ціни певних груп покупців. Дана стратегія призначена для захоплення обмеженого ринку. Покупці здійснюють купівлю товару, який підтримує їхній престиж, а їхня готовність заплатити більше ґрунтується на тому, що вони знають: інші не можуть дозволити собі придбати такий товар[2]. У міру насичення цього сегмента підприємство може знижувати ціну, залучаючи нових споживачів

Стратегія «проникнення на ринок» - це встановлення низької ціни щодо економічної цінності товару для одержання прибутку за наявності численних груп чутливих до ціни покупців, спроможних забезпечити значні обсяги продажу. Дана стратегія ґрунтується на встановленні ціни, нижчої за економічну цінність товару, для залучення та збереження широкого кола покупців. Ця стратегія розрахована на збільшення обсягів продажу шляхом суттєвого зниження витрат, а її реалізація можлива у певних ринкових умовах[3].

2. Етап зростання. Споживачі, які купують товар не вперше, вже поінформовані про його цінність. Ті, хто купує товар уперше, покладаються на суперноваторів, які вже випробували товар і склали про нього свою думку. Тому на етапі зростання непевність покупця щодо цінності продукту починає поступатися місцем міркуванням щодо вартості та переваг аналогічних виробів[4].

На цьому етапі кожний виробник вибирає цінову концепцію, розташовану між двома полюсами:

Ø стратегія цілком відмінного від оригіналу продукту, яка полягає у фокусуванні на певному сегменті покупців (роль ціноутворення зводиться до використання вигод виробництва товару, деякі властивості якого покупці вважають унікальними);

Ø стратегія лідерства у витратах виробництва, передбачає співвідношення цін підприємства з цінами підприємства – лідера на даному ринку.

3. Етап зрілості. Без швидкого зростання продажу та зниження витрат, що характеризують етап зростання, досягнення прибутку в зрілому періоді відбувається за допомогою використання всього набору можливих цінових методів і засобів. На етапі зрілості стратегія спрямована на продовження розширення клієнтської бази, на що, власне, розраховують і конкуренти, які намагаються захистити свої частки ринку. Як правило основною є стратегія ринкових цін, коли рівень конкурентної боротьби мобілізувався й ціни конкуруючих товарів не дуже різняться.

4. Етап спаду. Для товару, що покидає ринок, характерна тенденція спаду попиту. Вона може бути локальною або глобальною. Метою стратегії ціноутворення на етапі спаду є намагання подолати цей етап із мінімальними втратами або просто можливість пережити ринковий спад, зберегти свої конкурентні позиції і, можливо, збагатитися досвідом.

Існують чотири головні стратегії, використовувані підприємствами на етапі спаду:

Ø скорочення (ліквідація активів і вихід з ринку), коли виробництво товару стає нерентабельним або збитковим;

Ø «збір врожаю» (поетапний вихід із ринку);

Ø злиття (продаж активів конкурентам);

Ø підвищення ціни – товар модифікується, або переводиться в категорію «ретро».

З урахуванням вищевикладеного, вважаємо за можливе стверджувати, що визначення маркетингової цінової політики залежить від характеру ринкової ситуації, особливостей маркетингового середовища, рівня виробничої бази підприємства тощо. Цінова політика підприємства є важливою складовою його економічної політики, яка підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства в умовах нестабільної економіки і світової кризи.

Отже, встановлення ціни на товари – складний і динамічний процес. Перш за все компанії із диверсифікованим виробництвом не просто встановлюють ціну на певний окремий товар, а розробляють своєрідну систему ціноутворення, що охоплює різноманітні товари. При змінах у конкурентному середовищі компанія приймає рішення або про ініціативну зміну цін, або про адекватну реакцію на цінові ініціативи конкурентів [3].

Разом з тим, як товар переходить з одного етапу свого життєвого циклу на інший, зазнає змін й принцип встановлення ціни на нього, причому особливо відповідальним в цьому сенсі є етап виведення товару на ринок, оскільки її рівень визначає цінову політику виробника в стратегічному плані.

Список використаних джерел:

1. Герасименко В.В. Ценовая политика на разных этапах жизненного цикла товаров: Бизнес журнал [Електронний ресурс] / В. В. Герасименко // Режим доступу : <http://bizkiev.com/content/view/743/598/>
2. Григорчук Т. Формування цінової стратегії: дистанційний курс. [Електронний ресурс] / Т Григорчук // Режим доступу : <https://sites.google.com/site/marketingdistance>
3. Луцяк В.В. Встановлення ціни на товар-новинку [Електронний ресурс] / В.В. Луцяк, І.В. Драч, Д.Р. Кушнір // Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=19487>
4. Романов А.М. Цінова політика організації (підприємства) на різних ринках [Електронний ресурс] / А.М. Романов // Режим доступу : <http://ukrsprava.com/index>

Світлана Морозюк, 4 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Любківська Г.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ

У статті визначено вплив психологічних аспектів мерчандайзингу на купівельну поведінку споживачів.

Зростання конкуренції в роздрібній торгівлі, насичення ринку різноманітними споживчими товарами спонукають товаровиробників і торговельні підприємства до активних дій, спрямованих на завоювання і утримання покупців. Підвищення вимог до організації та ефективності форм магазинної торгівлі, привабливості вітрин і прилавків, зручність в обслуговуванні безперервно потребують удосконалення торговельного маркетингу, а багатогранність, динаміка розвитку покупців – застосування новітніх методів для приваблення і формування у них лояльності та відданості торговельному підприємству.

Перед сучасними фахівцями ставиться завдання організації оптимальної взаємодії між покупцем, товаровиробником і торговельним підприємством, яке реалізується через вміння зрозуміти потреби споживачів і спрямувати всі зусилля на їх задоволення. Таку можливість надає мерчандайзинг – системна маркетингова технологія, яка використовується підприємствами роздрібною торгівлі з метою підсилення мотивації поведінки покупців, створення на цій основі переваг стосовно певного товару і стимулювання продажу окремих товарних марок, виключаючи при цьому безпосередню участь кваліфікованого персоналу.

Вивчення основних аспектів мерчандайзингу лягло в основу наукових праць багатьох зарубіжних вчених. В сучасних умовах пошуку дієвих інструментів впливу на українських споживачів, дослідженням мерчандайзингу присвятили свої праці такі вітчизняні науковці: Л.В. Балабанова, Т.О. Башук, В.Н. Наумова, О.А. Сьоміна та

інші. Проте особливості вітчизняного мерчандайзингу вивчені частково, багато проблемних питань потребують доопрацювання. Зокрема психологічний вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів більш детально описаний в даній науковій статті.

Метою даного дослідження є визначення впливу психологічних аспектів мерчандайзингу на купівельну поведінку споживачів.

У сучасних умовах торгівля є складним, багаторівневим, динамічним процесом, для здійснення якого фахівці в галузі товарознавства та комерції повинні шукати покупців, виявляти їх потреби, закуповувати відповідні товари, складувати, перевозити їх, домовлятися про ціни та умови продажу. Оскільки жоден, навіть найкращий товар не може продати себе сам, підприємства роздрібно торгівлі мають забезпечити ефективну презентацію товарів у торговельній залі, переконати потенційних покупців у доцільності придбання товарів й запропонувати послуги, які стимулюють та підкріплюють рішення споживача зробити покупку. Комплекс заходів спрямованих на просування та збут товарів у торговельному залі, отримав назву мерчандайзингу.

Зародження мерчандайзингу як виду діяльності пов'язують із 30-ми роками ХХ століття, що відображалось у використанні роздрібними мережами відносно нових методів організації роботи магазинів, побудованих на знанні та врахуванні психології покупців. Такий вид діяльності дозволяв суттєво збільшити обсяги продажів за рахунок зменшення часу придбання товарів та підвищення зручності такого придбання для покупців [1].

Комплекс заходів мерчандайзингу в роздрібних торговельних підприємствах включає в себе наступні складові:

- Сучасність обладнання, що використовується, в тому числі касових апаратів, корзин, візків і стелажів. Вітрини здійснюють теж великий психологічний ефект на покупців і в значній мірі впливають на обсяги продажу. Тому велике значення має неповторність оформлення вітрин, відмінність в презентації товарів від інших роздрібних торговельних підприємств. Оформлення виставкових стендів має привертати увагу споживача, для того щоб він сам, не усвідомлюючи того, звернув увагу на запропонований товар.

- Зручність використання торгового простору, тобто легкість знаходження покупцем потрібних груп товарів. Слід враховувати, що 60% торгової площі будь-якого торговельного підприємства задіяне для пересування покупців. При зменшенні цього показника можливе уповільнення пересування покупців по залу, що може викликати негативні емоції. Таким чином, 40% торгової площі виділене під торгове обладнання, на якому розміщені товари (одяг, взуття та аксесуари). Звичайний споживацький потік плануються ще на рівні розробки проекту магазину. Напрямок потоку залежить від розміщення входу, каси, примірочних, а також від розміщення торгового обладнання. Гарячі зони знаходяться на початку потоку та включають в себе зону входу, простір біля каси та входу в примірочні. Таким чином, беручи до уваги напрямок руку потоку покупців та конфігурацію розміщення торговельного обладнання, споживачі будуть бачити відповідні зони з різним рівнем чіткості.

- Кольорова гамма, яка використана при оформленні інтер'єру. Дизайнерський підхід до оформлення торговельних залів передбачає використання кольорів, які відповідають модним тенденціям сезону. Такий підхід має забезпечити спонукання до дії та піднімати настрій покупцям. При цьому слід пам'ятати, що червоний колір є символом сили, експресії, пристрасті, вогню, він підіймає настрій, збуджує психіку, володіє сильними активізуючими властивостями і може стимулювати імпульсні покупки. На товари такого кольору покупці будуть реагувати відразу, але потрібно врахувати, що цього відтінку не повинно бути занадто багато – це відштовхуватиме клієнта, викликати агресію.

Жовтий колір – символ радості, оптимізму, позитиву. Цей колір покращує травлення, підвищує тонус і викликає довіру. Діти в першу чергу починають відрізняти саме цей колір серед усіх інших. Тому більшість товарів для дітей слід оформляти жовтим.

Білий колір називають благородним, його найкраще комбінувати з синім, червоним і чорним. В білий колір можна фарбувати стіни, стелю або стелажі торговельної зали.

Чорний колір випромінює енергію, наділяє розсудливістю і шармом. Асоціюється з діловим стилем.

Блакитний колір – колір води, наділяє спокоєм, товари такого відтінку компонує з більш насиченими кольорами. Зелений колір – символізує здоров'я, чистоту. Він завжди позитивно впливає на емоції людей. Ніжний, світлий відтінок зеленого можна використовувати для торговельного приміщення, такий магазин завжди буде приємно відвідати [4].

- Освітлення відіграє велику роль не тільки при оформленні залів і вітрин магазинів, але і у створенні певної атмосфери. Сучасний погляд на освітлення в торговельній залі передбачає не тільки правильно підібране світлове оформлення, але і відповідність його певному іміджу. До того ж освітлення допомагає приховати певні недоліки архітектури підприємства роздрібно торгівлі та акцентувати увагу на бажаних зонах відвідування[6].

- Звуковий супровід перебування покупця в торговельній залі. Дослідження дозволили виявити, що найкраще покупки здійснюються під неголосний музичний супровід. За допомогою музики можна впливати на бажання людей здійснювати покупки. Психологи з'ясували, що на музику звертають увагу 70% відвідувачів підприємств роздрібно торгівлі. Щоб покупець провів більше часу в магазині, необхідно, щоб музика була спокійною, тихо і непомітно огортала покупця, змушувала його відчувати себе комфортно і приємно. Музика підбирається залежно від концепції магазину і того асортименту, який в ньому представлений. У магазині покупець повинен відчувати себе ніби в іншому світі, далеко від усіх реальних проблем. Його свідомість, всі його думки повинні бути зайняті тільки одним – товаром, який він бачить навколо себе [5].

- Чистота та охайність. Належне виконання санітарних вимог, підтримання ідеальної чистоти в торговельному залі – це обов'язкова до виконання функція торговельного та допоміжного персоналу. В дощову погоду особливо слідкують за чистотою приміщення. Брудні калюжі на підлозі можуть «підмочити» репутацію будь-якої торгової зали.

- Запахи. Більшість рішень про купівлю приймаються під впливом емоцій, а нюх здійснює найсильніший вплив на емоційний стан людини. Тому багато мерчандайзерів активно використовують цей інструмент.

В приміщенні роздрібного торговельного підприємства завжди має бути свіже повітря без неприємних запахів, бажано – з легким, ледве помітним ароматом. Залежно від спеціалізації торговельного підприємства, допускається використання штучних ароматизаторів повітря. Наприклад, аромати кави, свіжої випічки, карамелі, ванілі, шоколаду прийнятні і привабливі для сприйняття відвідувачами кафе. На даний час широкої популярності набуває ароамаркетинг як засіб впливу на покупця, здатний ініціювати останнього до здійснення покупки. Фахівці з мерчандайзингу особливу увагу приділяють провокуванню за допомогою ароматів імпульсивного попиту. Практиками доведено, що поширення ароматів кориці та мандаринів сприяє збільшенню обсягів продажу у продуктових супермаркетах майже на чверть. В універсальних магазинах одягу найчастіше використовують екстракти хвої, а в роздрібних торговельних підприємствах, які пропонують товарний асортимент, призначений для чоловіків, – слід використовувати запахи тютюну та шкіри. Завдяки цьому клієнти почуваються соліднішими та більше витрачають.

- Зовнішній вигляд персоналу. Фірмовий стиль в одязі персоналу з використанням фірмової символіки, яскравий колір уніформи, дозволяє побачити продавця здалеку, а також формує у покупців цілісний образ торговельного підприємства.

- Кваліфіковане обслуговування – необхідна умова конкурентоздатності роздрібного торговельного підприємства. В умовах пропозиції широкого асортименту і деякої складності визначення властивостей товару за цінником і упаковкою, для допомоги покупцям є необхідною участь продавців-консультантів, які володіють знаннями про товарні марки, можуть кваліфіковано підібрати необхідний покупцю товар або продемонструвати його в дії. Обслуговування. Кваліфіковане обслуговування – необхідна умова конкурентоздатності торговельного підприємства на ринку. В умовах широкого асортименту і деякої складності визначення властивостей товару по ціннику і упаковці необхідна робота консультантів. Продавці знають марки, котрі їм слід продавати, але не орієнтуються в асортименті відділу в цілому, а також багато з них незнайомі з правилами спілкування з покупцями, що може викликати в останніх негативні емоції.

- Розміщення товарів у торговельному залі. Викладка непродовольчих товарів в залі на торговому обладнанні здійснюється за єдиним принципом викладки для максимального полегшення вибору та економії часу покупця. Найбільш ефективним розміщенням товарів є розміщення на спеціальному фірмовому дисплеї або в холодильнику – збільшує продажі від 20% до 60%.

Покупка деяких товарів являється імпульсивною. Бажання покупця здійснити незаплановану покупку найбільше проявляється на початку руху покупця в торговельній залі, і тому для більшого привертання уваги покупців при вході представлені найбільш яскраві моделі одягу для зацікавлення до всього асортименту. Під час розпродажу слід чітко виділяти сектор торговельної зали надписом «Розпродаж» та «Нова колекція» для полегшення вибору споживачів.

Слід враховувати той фактор, що кошти покупця, які розраховані на покупку в магазині, обмежені. На початку руху по магазину він має 100% суми, яка призначена для покупки. Чим більше товарів у руках споживача, тим менше коштів у нього залишається, тому слід максимально представити товар даного виробника для ознайомлення і вибору споживачем. Але з іншого боку надто велика кількість товарів може дезорієнтувати покупця, тому слід пропонувати саме те, що йому максимально потрібно.

Ефективним є розміщення товару на рівні очей та рук людини. Товари, що знаходяться на рівні ніг продаються лише на 5%, хоча це не означає, що їхня якість є гіршою – просто їх власник відмовився витратити більше коштів на оренду відповідного місця розташування.

- Зовнішній вигляд товару забезпечують виробник, постачальник і сам продавець. Виробник турбується про створення оптимальної упаковки і етикетки, але це тільки початок процесу. Під час транспортування можливе пошкодження упаковки, що в свою чергу може викликати забруднення товарів. Перед викладкою товарів у торговельній залі їм надають товарного вигляду.

- Організація мерчандайзингу. На даний час в підприємствах роздрібної торгівлі існує чітка організація мерчандайзингу, і тому викладка товарів, найчастіше, здійснюється мерчандайзером кожного бренду, що активно слідкує за викладкою товарів на чітко відведених місцях на стелажах та привертання уваги до товару. Кращий товар розміщується на кращому місці, а найкращим місцем є місце на рівні очей, або трохи нижче (приблизно 152см від підлоги). В центрі категорійної викладки розміщується тільки товари підвищеного попиту, всі інші товари розміщуються з дотриманням принципу від центру до країв із врахуванням обсягів кожного з них.

Підсумовуючи все вище викладене, можна стверджувати, що якщо всі компоненти системи мерчандайзингу вибрані правильно, атмосфера у роздрібному торговельному підприємстві буде сприятливою для покупця. У середньому кожна людина проводить у супермаркеті приблизно 20-30 хв., за цей час вона може побачити близько 15000 товарів. Приблизно 30% товарів, придбаних кожною людиною в супермаркеті, – це "імпульсивні" покупки, тобто, за допомогою системи мерчандайзингу (сукупності технологій і методів представлення товарів у торговельній залі) реалізуються засоби впливу на споживчу поведінку [7].

Мерчандайзинг в умовах загострення конкуренції на вітчизняному ринку є ефективним інструментом збільшення продажу. Ігнорування подібного інструмента – це добровільна відмова учасника ринку від прибутку, а в короткостроковій перспективі – втрата зайнятих позицій серед конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Нікульча В. А. Сутність мерчандайзингу як інструменту утримання покупця / В. А. Нікульча // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 2. – С. 239-242. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vchtei_2013_2_45.pdf

2. Бурліцька О. Вплив органолептичних відчуттів на купівельну активність споживача/ О.Бурліцька, Т.Борисова // Галицький економічний вісник. – 2010. – №3(28). – С.73-78.
3. Розумей С. Б. Психологічні аспекти мерчандайзингу / С. Б. Розумей, Ю. В. Ладинська // Проблеми економіки підприємств у сучасних умовах : VI Міжнародна науково-практична конференція, 2010 р. – К. : НУХТ. – 2010. – С. 48-49.
4. Комарницький І. Мерчандайзинг як умова успіху комерційної діяльності підприємства / І. Комарницький, О. Фарат // Вісник Київського національного університету ім.Т.Шевченка. – 2009 . – Вип.109 . – С. 7-9.
5. Рудь А. Р. Використання музики в точках продажу продукції компанії «Рудь» / А. Р. Рудь, Т. Г. Белова// Moderni vymozenosti vedy– 2014 : Materialy X mezinarodni vedecko-prakticka konference - Dil 4. Ekonomicke vedy. – Praha: Publishing House «Education and Science» s.r. o, 2014. – С. 30-32.
6. Мигаль О.Ф. Формування інструментів мерчандайзингу торговельного підприємства / О.Ф Мигаль // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. – 2015. – Вип.4. – С.486-490.
7. Косменко Л.В. Вплив системи мерчандайзингу на поведінку споживача / Л.В Косменко, О.Г Вдовічена //Сучасність, наука, час: матеріали десятої всеукраїнської науково-практичної конференції 24-26 січня 2013. –2013. – С. 32-35.

Ярослава Ярмолук, Світлана Морозюк, 4 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Любківська Г.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЛОЯЛЬНІСТЬ ПОКУПЦІВ І СПОСОБИ ЇЇ ДОСЯГНЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДІРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті сформульовано поняття «купівельна лояльність». Виявлено та досліджено способи її формування вітчизняними підприємствами.

У сучасному світі зростають обсяги пропозицій у сфері бізнесу, що формулює нові завдання перед вітчизняними виробничо-торговельними підприємствами. Будь-яке підприємство, яке функціонує у сфері послуг, намагається вижити на ринку в умовах жорсткої конкуренції. У такому середовищі конкурентні переваги необхідні для того, щоб утримувати свої позиції на ринку. Із появою конкуренції та великої кількості підприємств, що надають однотипні послуги, зростає необхідність у формуванні та підтримці лояльності клієнтів.

Оцінка купівельна лояльності представлена у працях багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких особливої уваги заслуговують праці Дзюбенко Н.І, Грюнхольд К.В., Тимофєєва М.

Фундаментальних досліджень, в яких викладені наукові підходи до поняття «купівельна лояльність» порівняно небагато. Так, серед вітчизняних науковців можна виділити Дзюбенка Н.І., який визначає лояльність партнерів як прихильність до товарів і послуг підприємства, які виникають при регулярному виконанні обов'язків і стандартів обслуговування не залежно від ситуаційних факторів та маркетингових зусиль інших постачальників.

Мета статті полягає у формулюванні поняття купівельна лояльність і виявленні та дослідженні способів її формування вітчизняними підприємствами.

Лояльність до клієнта не можна розглядати у прямому сенсі як наслідок позиції та поведінки клієнта, оскільки згодом інтенсивність доброзичливості може дуже змінитися. У цільовій системі підприємства лояльності клієнта надається велике значення, оскільки передбачається, що вона допомагає збільшувати продажі і не підвищуватиме ціни, і навіть знижувати збутові витрати, позитивно впливаючи цим на прибутковість.

У західній маркетинговій літературі виділяють три типи лояльності [2]:

1. Транзакційна лояльність - розглядаються зміни у поведінці покупця (наприклад, частка певного продукту загальних витрат покупця на товарну категорію), у якій не вказуються чинники, що викликають дані зміни. Це найпопулярніша лояльність, тому що її поведінковий аспект тісно пов'язаний з економічними результатами компанії;

2. Перцепційна лояльність - головними аспектами тут є суб'єктивні думки з оцінкою покупців. У цьому випадку завжди чітко вказуються вплив подібних суб'єктивних показників на дійсну поведінку покупця. Разом з тим, перцепційні індикатори розглядаються як більш значимі, ніж транзакційні, оскільки вони містять певну діагностичну і прогнозовану інформацію, тобто, запитання щодо виникнення лояльності, її побудови, питання щодо зміни попиту. Перцепційна лояльність вимірюється за допомогою опитувань покупців;

3. Комплексна лояльність - розглядається комбінація двох зазначених вище аспектів купівельної лояльності. Часто комплексна лояльність розглядається у вигляді індексів лояльності, які складають періодично щодо різноманітних рівнів компанії (відділення банку, географічні ринки тощо).

Американський автор Рейчелд наводить чинники, що зумовлюють вищу прибутковість лояльних покупців в порівнянні з новими. На його думку, лояльні клієнти: довше залишаються з підприємством; купують більші обсяги товарів; замовляють запропонований набір сервісних послуг; менш чутливі до ціни; надають позитивні відгуки про товари та послуги підприємства [3].

Найчастіше в літературних джерелах з маркетингу лояльність споживачів поділяють на поведінкову і сприйнятту. Моніторинг поведінкової лояльності здійснюється шляхом контролю над фактичною поведінкою клієнта та є методом реалізації ретроспективного транзакційного аналізу його споживчої активності [4]. Натомість, емоційна лояльність покупців виявляється у рівні їх володіння інформацією про діяльність підприємства та у тому, які потреби клієнти можуть задовольнити, скориставшись його товарами чи послугами, соціальний рівень задоволення клієнтів пропозиціями підприємства, їх якістю й сервісом. З іншого боку, важливою складовою лояльності покупців є рівень емоційного сприйняття підприємства. Звісно ж, що з найповнішої і всебічної оцінки найдоцільніше використовувати підхід, який передбачає моніторинг усіх типів лояльності до клієнтів.[5]

Отже, купівельна лояльність – це комплексна структура, яка складається з поведінкових реакцій клієнта на вплив зовнішніх чинників. У такому визначенні знаходяться два компоненти лояльності:

1. Поведінковий («Я купувати саме цю марку, навіть якщо зможу купити аналогічний товар іншої марки дешевше»);

2. Афективний («Покупка цієї марки пов'язана з позитивними емоціями, відчуваю прихильність до цієї марки»).

Сукупність цих двох компонентів і є лояльністю, саме у ній криється потенціал формування лояльності вітчизняних підприємств.

Зростаюча конкуренція у сфері роздрібно́ї торгівлі змушує власників магазинів збільшувати свої зусилля із залучення й утримання покупців. Західні бізнес-аналітики стверджують, що запорука довгострокового успіху бізнесу – формування стійкої конкурентної переваги, тобто переваги над конкурентами, яку підприємство зберігає протягом тривалого періоду часу, що є запорукою фінансового успіху в довгостроковій перспективі.

Майкл Леві і Бартон А. Вейтц у своїй книзі "Основи роздрібно́ї торгівлі" виділяють п'ять основних способів завоювання стійкої конкурентної переваги, наявних у розпорядженні роздрібних торговців: купівельна лояльність; розташування магазину; відносини з постачальниками; інформаційні системи управління і розподілу; зниження витрат [2].

Якщо розглядати підприємство роздрібно́ї торгівлі з позиції торгової марки, то рівень роздрібних продажів залежить від двох категорій покупців: лояльних до підприємства, тобто тих, які будуть здійснювати в ньому покупки за будь-яких обставин, і чутливих до цін непостійних клієнтів. Ряд досліджень показав, що кількість непостійних покупців становить близько 65%, а постійних, лояльних до торговельного підприємства, відповідно – близько 35% від загального числа покупців, саме вони приносять більше 50% валового доходу і 80% всього прибутку.

Досягти купівельної лояльності тільки за допомогою цінкових переваг і асортименту досить складно, оскільки вони легко можуть бути скопійовані конкурентами, і до того ж клієнт, орієнтований на ціни, буде шукати, де дешевше. Прекрасні можливості "бути на крок попереду" конкурентів, зберегти вірність клієнтів сьогодні надає розвиток рівня купівельного сервісу.

Сучасні методи підтримки купівельної лояльності можна умовно розділити на нецінові, а саме: надання допомоги при здійсненні покупки, інформаційно-консультаційні послуги і додаткові зручності; цінові – різні дисконтні програми; методи, які враховують маніпулювання асортиментною політикою. Актуальні на сьогоднішній день способи надання допомоги покупцеві досить різноманітні. До поширених варіантів можна віднести упаковку товарів, в т.ч. подарункову, доставку покупки чи подарунка за вказаною адресою; можливості примірки, тестування, прослуховування і т.д.

В цілому набір методів залежить від спеціалізації торговельного підприємства і його формату. Наприклад, в підприємствах, які спеціалізуються на продажу текстилю для дому, можуть бути передбачені такі зручності як бібліотека зразків матеріалів, сформована за цінним та кольоровим принципом, можливість замовлення пошиття штор, покривал та інших елементів інтер'єру, поєднаних за фактурою і кольором. У стандартний перелік послуг практично кожного роздрібного торговельного підприємства, яке пропонує споживачам великогабаритні і технічно складні товари, відносять роботи з післяпродажного обслуговування: монтажу, встановлення та подальшого сервісного обслуговування. Іноді в сфері продажу будівельних та оздоблювальних матеріалів практикується така послуга як повернення товару. При продажу автомобілів, велосипедів, а також одягу та взуття використовується прийом викупу у клієнта уживаної речі в рахунок придбання нової. Викуплені речі згодом пропонуються торговельними підприємствами з власних майданчиків secondhand. Хоча при цьому покупцеві відшкодовується мінімальна вартість, він отримує суттєву перевагу – економію часу на продаж [4].

Популярним і дієвим інструментом формування лояльності клієнта була і залишається продаж товарів у кредит. Останнім часом активно використовується така послуга, заснована на наданні довіри покупцеві, як швидкий кредит без надання довідок про зарплату, поручителів і застави. Зручність і швидкість обслуговування забезпечують покупцям безготівкові розрахунки за допомогою пластикових кредитних карт. Широко практикується форма продажу товарів шляхом придбання так званого "подарункового сертифіката", на підставі якого протягом обумовленого в ньому строку пред'явник може вибрати вподобаний йому товар на певну суму. Якщо раніше такий спосіб використовувався переважно у сфері торгівлі парфумерією та косметикою, зараз він актуальний при продажу автомобілів, меблів (зокрема, його використовує IKEA), побутової техніки та інших дорогих товарів, а також послуг.

Одна з технологій роботи з покупцями, яка поступово з розряду екзотичних переходить в розряд зручної та вигідної – це продаж товарів через інтернет-магазини. У цьому випадку покупець, як правило, отримує можливість заощадити час і придбати товар трохи дешевше, ніж у стаціонарному роздрібному торговельному підприємстві, а останнє набуває іміджу відкритого, мобільного та сучасного партнера.

Отже, дослідження проблем формування лояльності клієнтів та впровадження сучасних технологій побудови програм лояльності в практику українських підприємств є досить перспективними.

Список використаних джерел:

1. ГрюнхольдК., Мартенсен А. Лояльність работника—лояльністьклиента — прибыльность компании//Персонал Микс. – 2001. – №6. – С.22-24.
2. Дзюменко И.Н. Методы оценки лояльности партнеров в сбытовых сетях // Проблемы современной экономики.- №3 (23).- 2007.
3. Дзюменко И.Н. Принципы разработки системы ключевых показателей эффективности подразделения фирмы // Современные аспекты экономики -№13(112).-2006.
4. Дзюменко И.Н., Никифорова С.В. Формирование системы управления лояльностью сетевых партнеров / Научные основы экономики и управления предпринимательской деятельностью - СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2007.
5. Тимофеев М. Мерчендайзинг: борьба за покупателя// Бизнес для всіх. - 2006. - Березень (№ 6). - С.15.

АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

У статті проаналізовано сутність транспортної логістики, її проблеми та обґрунтовано напрями її удосконалення. Охарактеризовано основні види транспорту, проаналізовано динаміку перевезення вантажів усіма видами транспорту.

Сьогодні транспортна система України вважається однією із найважливіших галузей економіки України та покликана задовольнити потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях. Ефективна та налагоджена робота цілої транспортної системи є рушійною силою для розвитку країни загалом [11]. Розвиток транспортної системи забезпечує ефективність транспортної логістики, в основу якої покладено контроль за взаємодією всіх учасників транспортно-розподільчого процесу в усіх аспектах під час руху вантажопотоків, створення нових технологій та підвищення якості послуг, а також сприяння конкурентоспроможності на міжнародних ринках транспортно-логістичних послуг. Актуальність проблеми обумовлена необхідністю дослідження розвитку сучасної транспортної логістики України та вирішення наявних проблем.

Проблеми реалізації транспортної логістики досліджені багатьма зарубіжними вченими, серед яких Д.Бауерсокс, Д.Ламберт, Д.Клосс, К.Мельцер, С.Ленглі, І.Шнайдер та ін. Також вагомий внесок у дослідження змісту транспортної логістики зробили такі вітчизняні науковці як Брагінський В.В., Ковальчук О.І., Корж М.А., Корнійко Я.Р., Маселко Т.Є., Палант Д.О., Євсюк А.А., Ємельянова О.Ю., Ткач О.В. та інші. Проведений аналіз робіт вітчизняних науковців дозволяє відзначити глибоке дослідження та теоретичне обґрунтування проблеми функціонування та розвитку транспортної логістики [1, 3-5, 7-13].

Метою статті є аналіз сучасного стану транспортної логістики та обґрунтування способів її удосконалення на основі оцінок статистичних показників розвитку транспорту в Україні.

Транспортна логістика - це система по організації доставки, а саме переміщення будь-яких матеріальних предметів або речовин з однієї точки в іншу за оптимальним маршрутом. Ця система є однією із основоположних напрямків науки про управління інформаційними і матеріальними потоками у процесі руху товарів. Оптимальним вважається той маршрут, по якому можливо доставити логістичний об'єкт в передбачені терміни з мінімальними витратами, та мінімальною шкодою для його поставки. Шкодою для предмета доставки вважається негативний вплив на логістичний об'єкт як з боку зовнішніх чинників, так і з боку тимчасового фактора при транспортуванні [8].

Основними функціями транспортної логістики є: розрахунок оптимальних маршрутів з відображенням на карті місцевості; можливість друку маршрутних листів і фрагментів карти з маршрутом для кожного автомобіля; можливість ведення власної бази клієнтів і партнерів з прив'язкою до їх реального місця розташування на карті; облік транспортних засобів; створення довідників автомобілів; можливість планування виконання рейсів з декількох складів; можливість обліку часу роботи клієнта і доставки вантажу; звіти про пробіг, час доставки вантажу [7].

Аналізуючи стан транспортної логістики України, можна визначити основні її проблеми: якість транспортного обслуговування; зношеність транспорту; погана інформаційна підтримка процесу перевезень; нестача інформації, щодо наявних програмних продуктів, що могли б автоматизувати, полегшити і прискорити процес виконання операцій і транспортування; недовантаження рухомого складу; страхування вантажу і транспортних засобів; складність організації взаємодії декількох видів транспорту [13].

Актуальною залишається проблема визначення оптимального терміну служби транспортних засобів, зайнятих перевезенням вантажу та проблема розрахунку амортизації транспортних засобів. Недостатнє інформування про маршрути перевезень негативно впливає на координацію процесу транспортування, особливо у випадках необхідного термінового перевезення.

Невід'ємним елементом, що забезпечує функціонування транспортної логістики, є транспорт, який забезпечує базові умови життєдіяльності суспільства, будучи важливим інструментом досягнення багатьох цілей.

З розвитком транспортної системи України транспорт є найважливішою й найпотужнішою галуззю будь-якої країни у світі та відіграє важливу роль в економічному, соціальному, оборонному, політичному та культурному розвитку країни. Функціями транспорту є перевізна робота, що заключається в доставці засобів виробництва на підприємства, перевезеннях цехових, міжцехових та доставці вже готової продукції. Економічна роль транспорту полягає у органічності для кожного виробництва, він проводить безперервну й масову доставку всіх видів сировини, палива й продукції з пунктів виробництва в пункти споживання, а також здійснює поділ праці, спеціалізацію й кооперацію виробництва [11].

Розрізняють такі види транспорту, як: водний (морський та річковий), автомобільний, залізничний, авіаційний, трубопровідний, кожен із яких має свою специфіку. Розглянемо такі критерії оцінки для усіх видів транспорту, як швидкість, рівень витрат, асортимент вантажу, перевезення для вантажу, кількість обслуговуваних ринків, надійність доставки.

Характеристика усіх видів транспорту для вибору способів перевезення за У. Стантона наведена у табл. 1.

Розглянувши основні характеристики залізничного, водного, автомобільного, повітряного та трубопровідного транспорту можна зробити такі висновки: найшвидшим транспортом, але найдорожчим вважається повітряний; серед усіх видів транспорту найдешевшим рахується трубопровідний, але він має бмежений асортимент вантажу, тобто він зручний для транспортування рідких та газоподібних товарів; водний транспорт використовується для великої кількості вантажу з тривалим терміном зберігання; найнадійнішими рахуються такі види транспорту, як автомобільний і трубопровідний, а водний має низьку надійність доставки.

Отже, в залежності від цілей перевезення, об'єму вантажу та відстані перевезення варто вибирати вид транспорту відповідно до їх характеристик.

Характеристика основних видів транспорту [4]

Вид транспорту	Характеристика					
	Швидкість	Рівень витрат	Асортимент вантажу	Перевезення для вантажу	Кількість обслуговуваних ринків	Надійність доставки
Залізничний	Висока	Середній	Найбільший	Зручний для усіх товарів	Велика	Середня
Водний	Найнижча	Найнижчий	Достатньо великий	Перевезення великої кількості вантажу	Обмежена	Низька
Автомобільний	Висока	Високий	Середній	Дорогі товари у короткотерміновий термін	Необмежена	Хороша
Повітряний	Найвища	Найвищий	Малий	Дорогі товари з малим терміном зберігання	Вище середнього	Середня
Трубопровідний	Низька	Низький	Обмежений	Рідкі та газоподібні товари	Дуже обмежена	Висока

В Україні станом на 1 січня 2015 року налічується 25 аеропортів, 12 державних морських портів, 8 державних річкових портів, 6 залізниць, близько 90 авіаційних та 150 судноплавних компаній різних форм власності, понад 75 тис. суб'єктів господарювання, що мають власний автомобільний транспорт [1]. Автомобільна транспортна система України на даний час налічує більше 9,2 млн. транспортних засобів, у тому числі: 6,9 млн. легкових автомобілів; близько 250 тис. автобусів; близько 1,3 млн. вантажних автомобілів; понад 840 тис. од. мототранспорту.

У цілому, на ринку комерційних перевезень в цей час здійснюють підприємницьку діяльність майже 56,2 тис. перевізників, які в своїй діяльності використовують більш 154 тис. Транспортних засобів [6].

На рис.1 наведена динаміка перевезень вантажів всіма видами транспорту [2].

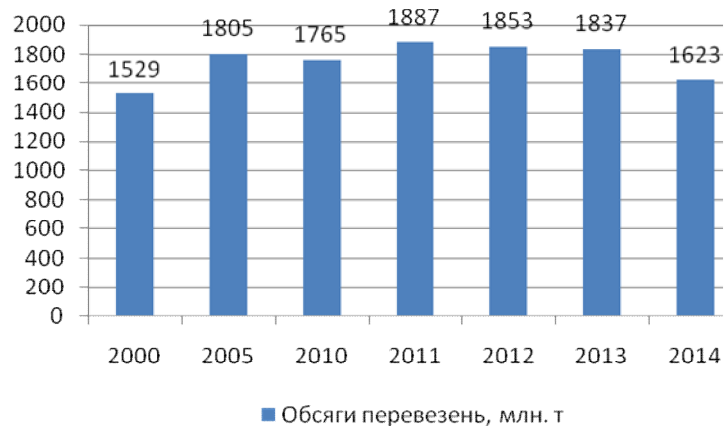


Рис.1. Динаміка перевезень вантажів всіма видами транспорту (млн. т)

Тенденцію змін обсягів перевезень у розрізі видів транспорту наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Перевезення вантажів за видами транспорту (млн. т) [2]

Вид транспорту	Рік	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Усього		1529	1805	1765	1887	1853	1837	1623
у т. ч.:								
Залізничний		357	450	433	468	457	444	386
Морський		6,3	8	4	4	4	3	3
Річковий		8,3	13	7	6	4	3	3
Автомобільний		939	1121	1168	1253	1260	1261	1131
Авіаційний		0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Трубопровідний		218	213	153	155	128	126	100

Аналізуючи вище викладений матеріал можна спостерігати тенденцію до зменшення обсягів перевезень усіма видами транспорту у 2014 році. Причиною цього є економічна криза, складна політична ситуація та збиткова діяльність підприємств. Аналіз даних дозволяє спостерігати нестабільну ситуацію з обсягами перевезень вантажів всіма видами транспорту впродовж 2010-20141 роках. Найбільший обсяг перевезень вантажу припадає на 2011 рік і становить 1887 млн. т, найменший обсяг перевезень зареєстровано у 2014 році – 1623 млн. т.

Розглядаючи вагомість окремих видів транспорту варто зазначити, що найбільшу питому вагу мають автомобільний, залізничний та трубопровідний види транспорту (табл. 3).

Наведені дані дають змогу зробити висновки, що відбувається збільшення обсягів перевезень автомобільним транспортом на 1,1% в порівнянні з минулим роком та спостерігається тенденція до зменшення використання залізничного виду транспорту на 0,4%, трубопровідного на 0,7% у порівнянні з попереднім роком.

Питома вага окремих видів транспорту в перевезенні вантажів, % [2]

Вид транспорту \ Рік	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Усього	100	100	100	100	100	100	100
у т. ч.:							
Залізничний	23,3	24,9	24,5	24,8	24,6	24,2	23,8
Морський	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Річковий	0,5	0,7	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Автомобільний	61,4	62,1	66,2	66,4	68,0	68,6	69,7
Авіаційний	0,0	0,006	0,006	0,005	0,005	0,005	0,006
Трубопровідний	14,3	11,8	8,7	8,2	6,9	6,9	6,2

Зокрема, розглядаючи структуру видів транспорту 2014 року, варто відзначити, що питома вага автомобільного транспорту з-поміж інших становить 69,69%, залізничний транспорт – 23,8%. Також у 2014 році питома вага морського транспорту в перевезенні вантажів склала 0,17%, річкового – 0,19%, авіаційного – 0,005% (рис. 2).

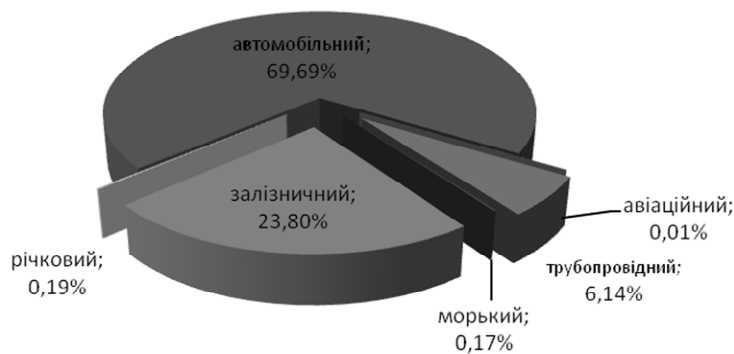


Рис. 2 Питома вага окремих видів транспорту в перевезенні вантажів у 2014 році [2]

Для забезпечення ефективності транспортної логістики, використання усіх видів транспорту має бути збалансоване відповідно до умов перевезення. Багато чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх, мають вплив на транспортну логістику. Тому, проаналізувавши стан транспортної логістики на вітчизняному ринку можна зробити такі прогнози: 1) економічна та політична криза збільшує конкуренцію і процес консолідації ринку; 2) передбачається збільшення вимог до якості послуг, збільшення попиту на комплексні послуги; 3) збільшення кількості експрес-поставок за рахунок розвитку інтернет-торгівлі; 4) основними критеріями при виборі методу транспортування залишається якість і швидкість виконання замовлення при оптимальній вартості [12].

Таким чином, розвиток транспортної системи України має вплив на транспортну логістику, яка контролює взаємодію всіх учасників транспортно-розподільного процесу. Транспортна логістика є одним із основоположних напрямків науки про управління інформаційними і матеріальними потоками у процесі руху товарів. Переміщення товарів забезпечується окремими видами транспорту. Відповідно, розглянуто основні характеристики усіх видів транспорту та, визначено їх переваги та недоліки, що обумовлюють доцільність вибору способу перевезень вантажів. Дослідження доповнене аналізом обсягів перевезень за усіма видами транспорту та у розрізі окремих видів, що дозволило визначити тенденції змін протягом 2010-2014 рр. та констатувати загальне зменшення відповідних показників, що свідчить про певні кризові явища та вимагає подальших досліджень.

Список використаних джерел:

- Брагинський В.В. Развитие транспортно-логистической системы как форма реализации транзитного потенциала Украины [Електронний ресурс] / В.В. Брагинський. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Braginskiy.pdf>.
- Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Ковальчук О.І., Корж М.А. Транспортна логістика України в контексті європейської інтеграції / О. І. Ковальчук, М. А. Корж // Актуальні проблеми економіки та управління - 2011. - № 5. - С. 26-29.
- Корнійко Я.Р. Сучасний розвиток транспортної системи України / Я.Р. Корнійко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2012. – Вип. 35. – С. 112-121.
- Маселко Т.Є. Проблеми управління транспортно-логістичними системами України та перспективи розвитку в контексті європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Т.Є. Маселко, С.Г. Шевченко. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/17_2/301_Maselko_17_2.pdf
- Міністерство інфраструктури України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://new.mtu.gov.ua/>
- Необхідність застосування системи глобального позиціонування транспортної логістики в Україні [Електронний ресурс] / Д. О. Палант // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Нові рішення в сучасних технологіях. – 2012. - № 68. - С. 155-160. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vcpinrct_2012_68_36.pdf
- Нефьодов Л. Багатокритеріальна математична модель вибору постачальників товарів, об'ємів закупівлі та маршрутів доставки товару до дистриб'ютора / Леонід Нефьодов, Дмитро Маркозов // Східно-Європейський журнал передових технологій. – 2012. – Т. 1, N 2(55). – С. 45-51.
- Рыжиков Ю. И. Теория очередей и управление запасами: Учебное пособие для вузов. — СПб.: Питер, 2001. — 384 с.
- Ткач О.В. Транспортно-логістичні системи: теоретичні основи формування та напрями розвитку [Електронний ресурс] / О.В. Ткач, І.А. Волощук. – Режим доступу : file:///C:/Documents%20and%20Settings/Admin/My%20Documents/Nie_2013_3_37.pdf
- Фришев С.Г., Мельник І.І., Бондар С.М. Загальний курс транспорту: Навч. Посібник. – К.: Вища освіта, 2006. - 162 с.
- Promdex. [Електронний ресурс]: Огляд ринку логістики України / Агличанова Ю. — Режим доступу: <http://www.promdex.com/community/detail/1149.html>. — Назва з екрану.
- Ukrlogist. [Електронний ресурс]: Проблеми транспортної логістики: Практический опыт украинских предприятий / Савченко Л. — Режим доступу: <http://www.ukrlogist.com/article/transport-i-jekspedirovanie/452>. — Назва з екрану.

**ПЕРСПЕКТИВИ ВВЕДЕННЯ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ
В УКРАЇНІ ТА ОГЛЯД СВІТОВОГО ДОСВІДУ**

В статті досліджено умови переходу до накопичувальної системи пенсійного страхування в Україні. Розглянуто пенсійні системи розвинених провідних країн світу та можливість використання окремих елементів цих систем в Україні.

На сьогоднішній день, діє солідарна система нарахувань пенсій. Назріває необхідність введення другого рівня накопичувальної системи. Сучасна тенденція у нашій країні така, що необхідно створити належні умови до переходу на другий рівень пенсійного страхування.

Мінімальний розмір пенсії в Україні в 2015 році складає всього 949 гривень, тому були внесені деякі зміни в законопроекти, які змінюють основні принципи функціонування Пенсійного фонду. Саме повноцінна зміна та переулаштування пенсійної системи зможе високоєфективно виконувати свої функції [3].

Метою даної статті є моніторинг переходу до накопичувальної системи пенсійного забезпечення в Україні та висвітлення досвіду пенсійного страхування у провідних країн світу.

Дана тема роботи висвітлювалася в працях таких вітчизняних науковців, як Коваль О. П., Яшник Г. Л., Козлов С. В. та інші.

На сьогоднішній день основна ціль пенсійної реформи в Україні є введення трикомпонентної накопичувальної системи. А саме, до працюючої зараз солідарної системи пенсійного забезпечення буде додано два рівня: добровільна накопичувальна система; персональні пенсійні рахунки, на які будуть надходити відсотки від заробітної плати робітників.

Пенсійні системи в країнах з розвинутою економікою в якості першого рівня мають базові розподільчі системи з коефіцієнтом заміщення (співвідношення розміру пенсії до раніше отриманого заробітку) в 60-70 %.

Так, зокрема, у країнах ЄС лише Великобританія, Данія та Нідерланди мали додаткові накопичувальні схеми. У фінансуванні пенсійної системи більшість країн ЄС використовують також державні субсидування. Як додатковий рівень використовуються професійні накопичувальні схеми. Третій рівень у промислово розвинених країнах – це, як правило, добровільне пенсійне забезпечення. При цьому різні країни по-різному вирішують питання фінансового забезпечення функціонування пенсійних систем. Для різних держав характерні значні розходження у ставках обов'язкових платежів на соціальне, пенсійне і медичне страхування, у порядку сплати таких платежів і в розподілі податкового навантаження між працівниками та роботодавцями [5].

Особливостями розвинених країн є, по-перше, наявність зрілих, всеохоплюючих розподільних схем, доповнених добровільними системами, заснованими на комерційному страхуванні. По-друге, необхідність здійснювати зміни таким чином, щоб не порушувати згоди політичних партій і соціальних партнерів, не зменшувати впевненість населення у довгостроковій дієздатності систем пенсійного забезпечення.

На початкових етапах перетворень практично у всіх державах, зокрема в США, Німеччині, Японії, Італії, були зроблені спроби збільшення доходів пенсійної системи за рахунок підвищення внесків, що викликало активну протидію громадян. Модернізувалася також база стягнення внесків. Наприклад, у Бельгії, Італії, Швейцарії і Португалії був скасований максимальний рівень заробітної плати при обчисленні страхових внесків. Більш різноманітними були підходи до скорочення пенсійних витрат. Враховуючи, що за даними ОЕСР, підвищення пенсійного віку на 1 рік скорочує пенсійні витрати на 5-10%, деякі держави (США, Японія, Італія, Швеція) для скорочення чисельності пенсіонерів законодавчо підвищили пенсійний вік, розтягнувши це підвищення на десятиліття. Наприклад, у США пенсійний вік для чоловіків і жінок підвищується протягом 2000-2027 рр. з 65 до 67 років, у Франції – до 62, в Японії – до 65. У Швеції нова пенсійна система не встановлює загального віку виходу на пенсію. Він буде гнучким, за вибором пенсіонера, починаючи з 61 до 67 років. Інший метод – скорочення величини допомоги на душу населення шляхом модифікації механізму нарахування пенсії для нових пенсіонерів чи формули індексації [6].

У Великобританії, Франції, Італії перейшли на обчислення пенсії на основі заробітної плати за весь трудовий період, а не за обрані роки найбільш високих заробітків. Серед європейських країн найбільш масштабні пенсійні реформи були здійснені у Великобританії та Швеції. Ці держави перебудували значну частину своїх пенсійних схем на накопичувальних принципах.

Більшість країн Східної Європи розпочали системні пенсійні реформи у другій половині 90-х рр., результати яких ще важко узагальнити і оцінити однозначно. Цій групі країн властиві специфічні проблеми розвитку, зумовлені перехідним періодом: зниження дієвості державного механізму акумулювання внесків; низький рівень доходів населення; перевантажена великою кількістю соціальних пільг пенсійна система, що часто не відповідає рівню економічного розвитку. На ефективність впровадження пенсійних реформ у постсоціалістичних країнах впливає економічна, а часто і політична, нестабільність, недостатній рівень розвитку фінансового ринку, значна частка тіньового сектору економіки. У процесі перетворення державних інститутів після краху комуністичної системи східноєвропейські країни поступово відмовились від розподільної пенсійної системи і диверсифікували свої пенсійні механізми, впровадивши розподільний компонент.

У Східній Європі за моделлю збереження перерозподільної системи та стимулювання розвитку добровільного пенсійного страхування реформувала свою пенсійну систему Чехія. У цій країні зберігається обов'язкова державна пенсійна схема, побудована на розподільних принципах, що доповнюється приватним пенсійним страхуванням. За останніх десять років чисельність учасників приватних пенсійних фондів збільшилася в 15 разів: нині у них бере участь 50% економічно активного населення Чехії. Більшість приватних пенсійних фондів у країні належить іноземним фінансовим структурам зі Швейцарії, Нідерландів, Італії, Бельгії [4, с. 9 - 10].

Угорщина серед держав Східної Європи найбільш повно реалізувала трирівневу змішану накопичувально-розподільну схему. У цій країні не відбулося фундаментальних змін державної розподільної системи, вона була модернізована, зберігши її обов'язковий характер, державні гарантії, солідарність поколінь. При настанні пенсійних підстав людина отримує пенсію із солідарної системи та додатково анuitетні виплати з приватної пенсійної системи. У загальній структурі пенсійних виплат частка першого рівня становить 75%. На фінансування першого рівня роботодавці спрямовують 22% фонду оплати праці, працівники – 2% від заробітної плати. Другим рівнем пенсійної системи Угорщини (НПЗ) не передбачається достроковий вихід на пенсію, тож пенсійними підставами для отримання недержавної пенсії є вік 62 роки для чоловіків та жінок. Внески до другого обов'язкового приватного накопичувального рівня роблять тільки працівники (6% від заробітної плати) [1].

Потрібно також згадати про латвійську систему, у якій були запроваджені умовно-накопичувальні рахунки. У Латвії реальне інвестування пенсійних коштів в економіку не проводиться, але за використання грошових коштів платників внесків уряд нараховує номінальну ставку інвестиційного доходу. Її величина залежить від рівня інфляції або змін у величині середньої заробітної плати.

Цікавим є досвід Польщі з реформування пенсійної системи. Нова польська пенсійна система базувалась на трьох незалежних компонентах. Із трьох компонентів системи два – обов'язкові та один – добровільний. Обов'язковий пенсійний компонент становить 19,5% від заробітної плати і складається із двох складових. Перша – 12,2% від заробітку у вигляді розподільного елемента системи перебуває у віданні польського Управління соціального страхування. Розмір майбутньої пенсії в Польщі залежить як від загальної суми сплачених внесків, що є похідним від розміру зарплати і виробничого стажу, так і від середньо- статистичного показника тривалості життя. Друга складова дорівнює 7,3% від основи нарахувань і є накопичувальним елементом системи. Їїго обслуговують відкриті пенсійні фонди. Згідно з даними Польської комісії з фінансового нагляду, на 1 січня 2009 р. у рамках накопичувальної пенсійної системи Польщі функціонувало 14 відкритих пенсійних фондів із загальним обсягом чистих активів 138,26 млрд злотих, в яких брали участь 13,82 млн осіб. Пенсійні фонди стали важливими гравцями на польському ринку капіталу [2].

У Казахстані полягає у поступовій відмові від розподільної і переході на приватну накопичувальну схему. Протягом 30 років передбачається збереження розподільного рівня, але внески роботодавців у нього знижені з 25,5 до 15% фонду заробітної плати. Обов'язковий другий, накопичувальний, рівень фінансується за рахунок внесків працівників у розмірі, що дорівнює 10% від заробітної плати (заробітна плата була скоригована, щоб компенсувати цей новий вид відрахування). Третій, добровільний, рівень формують добровільні приватні відрахування роботодавця чи обох сторін.

Однак перспективи реформи ще дуже невизначені. Казахстан здійснює радикальну пенсійну реформу в умовах відсутності достатньо розвинених ринків капіталу, регулюючих державних органів чи інституцій громадянського суспільства [6].

Отже, саме використання вдалого світового досвіду проведення реформ щодо пенсійного забезпечення в країні дозволить нашій державі здійснити перехід від старої системи до успішних нововведень. Україні близькі моделі пенсійного забезпечення Східноєвропейських країн, а саме Польщі, Чехії та інших держав і застосування певних методів щодо регулювання та встановлення накопичувальної системи пенсійного страхування в Україні може позитивно та швидко відобразитись на здійсненні реформ, що призведе до покращення життя населення в цілому.

Список використаних джерел:

1. Барр Ніколас. Пенсійна головоломка. Попередні умови і можливі варіанти політики при розробці систем пенсійного забезпечення / Ніколас Барр. - 2012. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://imf.org/External/Pubs/FT/issues/issues29/rus/issue29r>
2. Досвід розвинених країн світу в реформуванні системи пенсійного забезпечення [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.18-60.com.ua/nakopichuvalne-pensijne-zabezpechennja/dosvid-rozvinenih-krain-svitu.html>
3. Коваль О. П. - Пенсійний вік: іноземний досвід та вітчизняні перспективи. О. П. Коваль. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/pens_vozrast-e0371
4. Козлов С. Пенсійні системи західних країн / С. Козлов // Людина і праця. - 2013. - № 9. - С. 9-15.
5. Короткий огляд сучасних систем пенсійного страхування в зарубіжних країнах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/publish/article?jsessionid=237521E54409998435A3F515DCCE4DCD?art_id=201479&cat_id=201451
6. Яшник Г.Л., Зарубіжний досвід реформування системи пенсійного забезпечення [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Yashnyk>

Тетяна Маценко, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій і адміністрування», з/ф,
Наук. кер. – Гомба Л.А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті проаналізовано особливості фінансування інноваційної діяльності. Розглянуто специфіку організації ризикових капіталовкладень, зокрема венчурного фінансування.

За останні десятиліття широке розповсюдження отримали декілька практичних форм здійснення ризикових капіталовкладень, з якими пов'язане фінансування інноваційних проектів. Найпростіша з них зводиться до безпосереднього перерахування коштів від інвестора до засновників малої інноваційної фірми. Більш складні форми передбачають ряд додаткових заходів з метою зниження ступеню ризику та розподілу між групою інвесторів можливих збитків в результаті невдалих капіталовкладень.

Хоча механізмом ризикових капіталовкладень допускається прямий зв'язок між інвесторами та засновниками малої інноваційної фірми, на практиці така форма використовується головним чином великими

інвесторами, та й то на більш пізніх (а значить менш ризикованих) стадіях освоєння нововведень. В більшості випадків інвестори йдуть на кооперацію, утворюючи спільний венчурний (ризиковий) інноваційний фонд, від імені якого здійснюються ризикові капіталовкладення. Подібний фонд має статус обмеженого фінансового партнерства. Його учасники отримують прибуток і несуть збитки пропорційно первісно внесеному капіталу.

Здійснення фінансових операцій в умовах підвищеного ризику пред'являє особливі вимоги до управління венчурними фондами. У зв'язку з цим розвиток ризикового підприємництва самого початку йшов шляхом формування інституту професійних управляючих, що отримують спеціальну винагороду за підсумками роботи фонду.

Широко розповсюджені венчурні фірми, які беруть на себе управління одним або декількома фондами ризикового капіталу. Часто такі фірми, що вже зарекомендували себе в очах інвесторів, виступають ініціаторами утворення нових фондів. Зазвичай, їх послуги щорічно сплачуються в розмірі 2-3 % від загального обсягу фонду ризикового капіталу на протязі 7-12 років, на які розраховано існування фонду. Після реалізації програми ризикових капіталовкладень отриманий дохід розподіляється так, що на долю венчурної фірми припадає від 20 до 30 % всього прибутку, навіть якщо її первісний фінансовий внесок склав тільки 1 % всіх капіталовкладень.

Приватними джерелами формування фінансових ресурсів інноваційних фондів в США є окремі громадяни, корпорації, страхові компанії, пенсійні фонди, інші спеціальні фонди та пожертви, а також надходження ризикового капіталу із іноземних джерел.

Якщо звернутись до опублікованих статистичних даних, то провідне положення по обсягу коштів, що направляються в незалежні (за американською термінологією) приватні фонди ризикового капіталу, займають пенсійні фонди. Їх доля складає приблизно 34% від загальної суми. Це спричинено прийняттям в США у 1978р. спеціального закону, за яким пенсійним фондам дозволялось використовувати частину своїх коштів у фінансових операціях з підвищеним ступенем ризику.

Цей закон можна вважати прямо пов'язаним з проведенням державної науково-технічної політики США. Він відкрив нове і досить інтенсивне джерело фінансування нововведень. У всякому випадку, з 1978 по 1984рр. пенсійні фонди оцінювались як найбільш зростаюче джерело ризикового капіталу в країні. Крім того, зміни, які вніс зазначений закон, мали для збільшення обсягу ризикового капіталу в США більше значення, ніж зниження в тому ж році податку на приріст капіталу. Можна зазначити, що цей податок взагалі не розповсюджується на доходи пенсійних фондів від венчурних операцій.

Друге місце серед приватних джерел ризикового капіталу в США займають іноземні інвестори. На їх долю припадає 18% всіх коштів, вкладених у незалежні ризикові фонди. Настільки висока активність іноземних інвесторів пояснюється високими банківськими обліковими ставками та пільгами в оподаткуванні, а також бажанням отримати доступ до найновішої технології, що якоюсь мірою забезпечується умовами венчурного фінансування.

Приблизно 14.5% обсягу коштів незалежних інноваційних фондів США є капіталовкладення окремих осіб та промислових корпорацій. Проте, треба мати на увазі різноманітність форм участі великих корпорацій в здійсненні ризикових капіталовкладень. На долю страхових компаній припадає біля 13% надходжень у фонди ризикового капіталу. Ще біля 6% надходжень пов'язано з жертвами і різними фондами.

Особливе місце в американській системі ризикових капіталовкладень відіграють великі промислові корпорації. Їх цікавість до діяльності малих інноваційних фірм продиктована не тільки і навіть не стільки намаганням отримати високі, але все ж незначні в масштабах великого обсягу продукції прибутки, скільки стратегією власного розвитку в умовах НТР.

Розробки малих та середніх інноваційних фірм часто опиняються на гребні НТП та випереджають досягнення лабораторій, що є частиною корпорацій. Найчастіше саме малі фірми виступають ініціаторами принципово нових підходів, методів, технологічних процесів. За офіційними даними на фірми з кількістю зайнятих менше 1 тис. чол. припадає біля 1/2 всіх найважливіших нововведень в країні. В перерахунку на 1 зайнятого це дає співвідношення 4:1 на користь малих та середніх фірм. За оцінками Національного наукового фонду, за той же період один долар витрат на НДДКР в малих фірмах приніс нововведень в порівнянні з середніми фірмами в 4 рази більше, а в порівнянні з великими - в 24 рази більше.

Існуюча в США різноманітність організаційних форм ризикових капіталовкладень створює широкі можливості для експлуатації нововведень, створених в сфері малого та середнього бізнесу.

Варто зупинитись також на одній з найцікавіших особливостей організації ризикових капіталовкладень в США, що полягає в діючому механізмі поетапного фінансування нововведень. Поява такого механізму продиктована необхідністю залучення додаткових коштів по мірі освоєння того чи іншого нововведення та становлення інноваційної фірми. Разом з тим механізм поетапного фінансування дозволяє інвесторам знизити ступінь ризику шляхом розподілу витрат на різних стадіях освоєння нововведень, а також дає можливість диференціювати розміри отриманого в кінцевому результаті прибутку.

Як бачимо на прикладі США, за кордоном діє велика кількість різноманітних фондів, основне призначення яких - допомагати вченим в розробці їх ідей, просуванні нововведень на ринок.

У нас такі фонди тільки почали створюватись, але умов для їх діяльності поки що немає. Податкова політика пригнічує будь-яку ініціативу в інноваційній сфері. Інші складові інвестиційного клімату в Україні також не сприяють росту капіталовкладень в і без того ризикові інноваційні проекти, тому, хоча перехід до ринку й передбачає зменшення ролі держави в інноваційній діяльності, залишається необхідність безпосередньої державної підтримки найважливіших напрямків НТП, її активної участі в інноваційному процесі.

Розпад діючої при адміністративно-відомчому управлінні системи фінансування науки вимагає створення системи альтернативної, що базується на принципі багатоджерельного фінансування (шляхом організації

позабюджетних фондів фінансування НДДКР, також через залучення приватного капіталу, комерційних банків, т.п.)

Утворення позабюджетних фондів НДДКР передбачено урядовими нормативними актами для цілей фінансового забезпечення загальногалузових та міжгалузових розробок і досліджень. Проте в цілому питання створення позабюджетних фондів не можна вважати вирішеним, так як поки що відсутні як належна чіткість в їх формуванні, так і податковий контроль за перерахуваннями в цей фонд.

Було б доцільним створювати інноваційні фонди як самостійні госпрозрахункові організації при галузових апаратах управління. Створення таких фондів полегшується завдяки наявності у галузовому апараті адміністративних важелів управління. Їх існування дозволяє без додаткової оплати використовувати спеціалістів, які мають постійний контакт з підприємствами.

Кошти з таких фондів можуть виділятися на суворо зворотній основі у вигляді пільгових кредитів. Виключенням можуть бути кошти, які спрямовуються на науково-дослідні роботи, що мають загальногалузовий або міжгалузовий характер, завдяки яким через 10-15 років на ринку з'являться конкурентно спроможні вироби.

Основою надання як кредитів, так і безповоротно виділених коштів є конкурс. Розподіл коштів при цьому може відбуватись двома шляхами.

Перший з них полягає у виділенні фінансових ресурсів кінцевому виробнику інновацій, або головному розробнику інноваційного процесу (якщо кошти направляються на проведення базисних наукових досліджень). Підприємства та організації, які отримали субсидії з інноваційного фонду, самостійно розподіляють їх між співвиконавцями і несуть відповідальність за повернення кредитів та ефективність їх використання.

Величина кредиту при цьому визначається з врахуванням витрат на здійснення всього об'єму робіт по створенню нового виробу. Виділяти кошти можна по етапам, з оцінкою якості результатів, досягнутих на попередньому етапі фінансування. Повернення коштів також може бути поступовим, по мірі реалізації нововведення.

Витрати, що фінансуються з наданого кредиту повинні включатися в вартість продукції, яка забезпечує створення інновацій. При цьому враховується їх індексація та плата за кредит. Кожний учасник інноваційного процесу за рахунок коштів, виручених від продажу своєї частини загальної роботи, повертає кредит та розраховується за нього. Кінцевий виробник повертає його інноваційному фонду за рахунок продажу готової продукції.

Згідно другого варіанту кредити можуть надаватися інноваційним фондом безпосередньо учасникам процесу нововведення. Останні повертають проіндексовані кредитні ресурси безпосередньо фонду.

Кредити кінцевому виробнику нового виробу дають змогу підвищити обґрунтування надання коштів співвиконавцям, а також рівень компетентності підбору учасників та відповідальність виробника за інноваційний процес в цілому. Крім того значно полегшується процедура стягнення фондом кредитних ресурсів.

Другий варіант доцільний в тому випадку, якщо на початку здійснення проекту кінцевий виробник ще не визначений.

Рішення про надання кредиту повинно базуватися на висновку аудиторської фірми щодо конкурентоспроможності та ефективності запропонованого до фінансування проекту.

У випадку провалу проекту, що реалізується, або окремих його складових, можуть прийматись наступні міри. Колектив, який отримав кредит, повертає його з врахуванням індексації, не дивлячись на неможливість продажу роботи, яка виконувалась по договору. Підприємство, не спроможне повернути гроші та заплатити за користування кредитом, на підставі висновку аудиторської фірми оголошується банкрутом з усіма наслідками, а саме - зміна керівництва та розгляд питання про його реперофілювання.

По відношенню до колективу експертів, які рекомендували до фінансування проект, що не отримав закінчення з їхньої вини, надалі повинна діяти заборона на участь в підготовці експертних проектів. Реалізація цього заходу можлива через обов'язкову розсилку інноваційним фондом аудиторським фірмам, які мають ліцензію на аудит, переліку експертів, що працюють над таким проектом.

Для радикального покращення механізму фінансування НДДКР в сучасних умовах інфляції ті інвестиційної кризи необхідно впровадити цілу низку заходів.

По-перше, слід задіяти селективно-пріоритетний принцип. Державі необхідно забезпечити підтримку провідної частини науки, її концентрацію на найбільш цінних та незахищених напрямках НТП, на виконанні обмеженого кола ключових національних науково-технічних програм, по вирішенню як поточних, так і довгострокових завдань країни, використовуючи для цього всі джерела фінансування.

Оскільки розробка і реалізація довгострокових (пошукових) пріоритетних напрямків пов'язані з значними витратами і подовженням терміну віддачі від інвестицій, з ризиковим характером отримання результатів, акценти при формуванні пріоритетів і їх реалізації переносяться на початкові стадії інноваційного циклу. Тому оптимальна форма при проведенні досліджень і розробок за стратегічними пріоритетами - цільові комплексні програми, фінансовані в основному за рахунок коштів держбюджету та позабюджетних фондів.

Для тих пріоритетних напрямів, де при вирішенні деяких науково-технічних завдань можливий швидкий прорив за рахунок вітчизняних розробок, доцільно розповсюджувати пряму державну підтримку на весь інноваційний цикл, починаючи з фундаментальних досліджень, - для прискорення їх процесу перетворення у відповідні технологічні досягнення. Якщо в реалізації деякого напрямку потрібний швидкий результат (наприклад він є родовим для інших), виправдана першочергова підтримка розробок, що готові до впровадження.

По-друге, по пріоритетних напрямках, що задовольняють короткострокові цілі науково-технічної політики, варто створювати об'єднання зацікавлених організацій та підприємств, фінансові та фінансово-промислові групи. Доля державної участі у подібних об'єднаннях і групах повинна визначатись ступенем ризику, важливістю мети і терміном повернення вкладених коштів.

По-третє, заради фінансової підтримки загальногалузових НДДКР, направлених перед усім на створення та освоєння нової техніки та технології, пов'язаної із структурною перебудовою та стимулюванням життєво-важливих галузей, необхідно використовувати систему позабюджетних фондів, а також нові інноваційні структури.

По-четверте, взаємодія органів держуправління з науково-технічними організаціями (як неприбутковими так і тими, що мають в даний момент бюджетне фінансування) повинна будуватись головним чином на контрактній основі, в порядку конкурсного та (або) критеріального відбору проектів із встановленням взаємних зобов'язань держави та безпосередньо виконавця робіт. При цьому потрібна відповідальна експертиза проектів та їх виконавців з точки зору виявлення реальних можливостей відповідних спеціалістів та актуальності пропонуваного досліджень.

Анастасія Сташкевич, 4 курс, спец. «Фінанси та кредит», д/ф,
Наук. кер. – Ковалевич Д. А.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

НАКОПИЧУВАЛЬНА СИСТЕМА, ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК ПЕНСІЙНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

В статті досліджено проблеми існуючої Пенсійної системи в Україні. Розглянуто основні принципи та переваги другого рівня пенсійного страхування. Визначено переваги і ризики впровадження накопичувальної системи.

Пенсійна система – важлива складова системи соціального захисту населення як сьогодишніх пенсіонерів, так і працюючих громадян, які повинні в процесі трудової діяльності заробити достойну пенсію.

В Україні система пенсійного забезпечення перебуває на стадії реформування. На даному етапі, середній розмір пенсії становить 1/3 від середньої заробітної плати, що не дає гідного матеріального забезпечення пенсіонерам. Організація ефективно діючої пенсійної системи, що відповідає вимогам ринкової економіки є актуальною проблемою соціальної сфери в Україні.

Метою даної статті є оцінка сучасного стану пенсійної системи України та визначення перспектив її розвитку.

Проблемні питання пенсійного страхування висвітлювались у працях таких науковців А.Нечай, М.Папієва, В.Яценко, М. Кравченко, В. Мельничук, І. Гнібиденко, Л. Батченко, М. Кравченко та інші.

Реформування пенсійної системи в Україні розпочалося ще в 2004 році. Саме тоді набрали чинності Закони України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» та «Про недержавне пенсійне забезпечення». Вони запровадили трьохрівневу модель пенсійного страхування:

- перший рівень — солідарна система обов'язкового пенсійного страхування;
- другий рівень — накопичувальна система обов'язкового пенсійного страхування;
- третій рівень — добровільне недержавне пенсійне страхування.

У сучасних умовах діють перший і третій рівні пенсійного страхування. Закон №3668 встановив порядок введення в дію другого рівня — накопичувальної системи обов'язкового пенсійного страхування, а разом підвищив пенсійний вік для жінок, обмежив максимальний розмір пенсії, ввів нові вимоги щодо страхового і робочого стажу та збільшив розмір максимальної величини бази нарахування єдиного соціального внеску (ЕСВ) [7].

Упровадження другого рівня пенсійного забезпечення в Україні планується лише після формування необхідних економічних передумов та створення відлагодженої й ефективної системи державного нагляду та регулювання у цій сфері, а також необхідної інфраструктури.

Отже, маємо суперечність: оскільки запровадження другого рівня створюється з метою посилення соціального захисту майбутніх пенсіонерів, то, з одного боку, це потребує серйозної інституційної, технічної та законодавчої підготовки, а з другого — найскорішого ефективного функціонування накопичувальної складової пенсійної системи [1].

На рубежі 2014-2015 рр. кількість пенсіонерів в Україні перевищила кількість офіційно працюючих осіб, які відрховують податки до Пенсійного фонду. Співвідношення перших та других становить 13,5 млн. до 13 млн.

Крім стрімко "зникаючого" населення, удар по пенсійній системі наносять і тіньові зарплати: вони, згідно з експертними оцінками, становлять близько 200 млрд. грн. на рік. А це означає, що як мінімум 60 млрд. гривень Пенсійний фонд недоотримує щорічно. Кошти Пенсійного фонду витрачаються на різні статті, що не є для Фонду першочерговими: мова про доплати і надбавки до пенсій, які є формами соціальної підтримки. Йдеться, зокрема, про штучне підтягування розмірів пенсій до рівня прожиткового мінімуму. Щорічно на це витрачається більше 33,2 млрд. грн. Торік дотації на виплати пенсій склали 64,6 млрд. грн., а цього року заплановані вже 80 мільярдів [3].

Запровадження системи загальнообов'язкового накопичувального пенсійного страхування – необхідність сьогодення. Основними принципами другого рівня пенсійного страхування є: збільшення загального розміру пенсійних виплат завдяки отриманню інвестиційного доходу; посилення залежності розміру пенсії від трудового вкладу особи, а отже посилення зацікавленості громадян та їх роботодавців у сплаті пенсійних внесків; зменшення «податкового тиску» на фонд оплати праці роботодавців за рахунок перерахування частини обов'язкових пенсійних внесків до Накопичувального фонду, що здійснюватиметься із заробітку працівника; успадкування коштів, облікованих на персональному пенсійному накопичувальному рахунку, родичами застрахованої особи; створення джерела інвестиційних ресурсів для зростання національної економіки;

розподілення ризиків виплати низьких розмірів пенсій між першим та другим рівнем пенсійної системи, і таким чином застрахування майбутніх пенсіонерів від негативних демографічних тенденцій і коливань у економічному розвитку держави; підвищення ефективності управління системою пенсійного забезпечення за рахунок передачі недержавним компаніям функції управління пенсійними активами.

Суть такої системи полягатиме у тому, що частина обов'язкових внесків до пенсійної системи накопичуватиметься у єдиному Накопичувальному фонді і обліковуватиметься на індивідуальних накопичувальних пенсійних рахунках громадян, які сплачуватимуть такі внески [2].

У перспективі заплановано ввести в практику накопичувальну професійну пенсійну програму пенсійного страхування для осіб, яким виповнилося не більше 35 років та які зайняті на роботах з особливо шкідливими та шкідливими, особливо важкими та важкими умовами праці (за списком № 1 та № 2); посадах, що дають право на призначення пенсії за вислугу років; та незалежно від віку для державних службовців, службовців органів місцевого самоврядування, податківців, митників, прокурорів, суддів та наукових і науково-педагогічних працівників.

Передбачається, що джерелом фінансування пенсійних виплат з накопичувальної професійної пенсійної програми для вказаних категорій осіб будуть підвищені розміри страхового внеску, які сплачуватимуться роботодавцем і працівником.

Розмір внеску у перший рік становитиме 2% та щороку збільшуватиметься на один відсоток, до досягнення 7%. По мірі збільшення розміру внеску для застрахованої особи, починаючи з 2018 року, відповідно пропонується зменшувати розмір єдиного внеску для роботодавця, що має призвести до часткового перерозподілу сплати розміру єдиного внеску від роботодавця до працівника (по 1 відсотку щорічно), і вже у 2022 році ставку єдиного внеску для роботодавця буде зменшено на 5% [5].

Перерахування страхових внесків до Накопичувального фонду здійснюватиметься в разі одночасного підвищення заробітної плати застрахованій особі та після виконання таких умов: забезпечення виплати пенсій в солідарній системі в розмірі, передбаченому частиною третьою статті 46 Конституції України, тобто на рівні прожиткового мінімуму; збалансованості бюджету Пенсійного фонду відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку; створення інституційних компонентів функціонування накопичувальної системи пенсійного страхування, в тому числі: повного впровадження системи персоналізованого обліку та створення системи автоматизованого звітування щодо стану накопичувальних пенсійних рахунків застрахованих осіб з урахуванням стану пенсійних активів; створення програмно-технічного комплексу для системи збирання страхових внесків до Накопичувального фонду, сумісного із системою електронних переказів банків; прийняття законодавчих актів, необхідних для функціонування накопичувальної системи пенсійного страхування; призначення всіх членів Ради Накопичувального фонду; проведення тендерів та укладання договорів з компаніями з управління активами, зберігачем та аудитором Накопичувального фонду; набуття досвіду роботи системи недержавного пенсійного забезпечення; забезпечення фінансування з державного бюджету втраченої частини страхових коштів у солідарній системі через перерахування частини страхових внесків до Накопичувального фонду [4].

Як і будь-яка інша реформа, пенсійна має і свої ризики. Пропонована накопичувальна система буде ефективною тільки в тому випадку, якщо національна валюта буде стабільною і надійною, інакше всі вклади будуть знецінені.

Вік осіб, які будуть в обов'язковому порядку брати участь у накопичувальній системі, багато хто вважає невинуватим і заявляють, що умови системи, повинні бути однаковими для всіх вікових груп і категорій громадян, щоб не було дискримінації. Якщо у накопичувальній системі будуть приймати участь всі категорії та віку громадян, це знизить навантаження на державний бюджет [6].

Отже, можна зробити висновок, що в країні проводиться робота для зміцнення пенсійної системи, та від держави вже ніхто не очікує суттєвого збільшення пенсійних виплат, які б забезпечили безбідну старість. З одного боку, накопичувальна система передбачає збільшення середньої пенсії приблизно з 30% до 60% середньої заробітної плати та з іншого боку бачимо певні ризики впровадження накопичувальної системи. Другий рівень пенсійної системи потребує стабільності економіки, та як бачимо, значні валютні коливання, військовий конфлікт на сході країни, ріст цін та інші нагальні проблеми національної економіки поки що не дозволяють запровадити другий рівень пенсійної системи. До 1 січня 2017 року бажано врегулювати проблемні питання в країні та стабілізувати економіку, що буде хорошим початком для запровадження накопичувальної системи обов'язкового пенсійного страхування та дати поштовх для розвитку недержавного добровільного страхування.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М. В. Накопичувальна пенсійна система як інструмент соціального захисту громадян / М. В. Кравченко // Державне управління: теорія та практика [електронне наукове фахове видання Національної академії державного управління при Президентові України]. 2010. – № 1. // Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej11/txts/10kmvvszg.pdf>
2. Накопичувальна пенсійна система: базові принципи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/tepebovlyanska/ua/publication/content/31724.htm>
3. Накопичувальна пенсійна система: підводні камені [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uainfo.org/blognews/1444655773-nakopichuvalna-pensiyna-sistema-pidvodni-kameni.html>
4. Накопичувальна система пенсійного забезпечення - другий рівень пенсійної системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.18-60.com.ua/pensiyna-reforma/nakopichuvalna-sistema-pensjnogo-zabezpechennja.html>
5. Пенсійна реформа в Україні 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vseprogroshi.com.ua/pensiyna-reforma-v-ukra%D1%97ni-2015.html>
6. Пенсійна реформа в Україні: загрози і виклики накопичувальної системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.racurs.ua/842-pensiyna-reforma-v-ukrayini-zagrozy-i-vyklyky-nakopichuvalnoyi-sistemy>
7. Пенсійна реформа очима економіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economist.net.ua/node/161>

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ КАПІТАЛУ

В статті розглянуті підходи до рівнів регулювання організації бухгалтерського обліку капіталу.

Виникнення різних форм власності в Україні, різних організаційно-правових форм існування суб'єктів господарювання суттєво змінили вимоги до змісту та структури інформації, що надається бухгалтерським обліком. Зросла потреба в об'єктивності, достовірності та законності бухгалтерської інформації, оскільки на підставі цієї інформації приймаються управлінські рішення. Як для розвитку вітчизняного підприємництва, так і для припливу іноземних інвестицій необхідна відповідність міжнародним нормам і стабільність правової бази.

Від повного та чіткого правового регулювання обліку капіталу наряду залежить достовірність забезпечення обліковою системою даними та у заповненні інформацією про стан і рух капіталу; раціональна організація контролю за правильністю та закономірністю формування капіталу, розподілу прибутку за відповідними напрямками і фондами; своєчасність, повнота, правильність відображення розміру та усіх змін капіталу, що впливає на своєчасність отримання достовірної інформації для управління структурою капіталу підприємства в цілому.

Порядок формування та облік складових елементів капіталу, особливо власного капіталу, залежить від організаційно-правової форми підприємства, вимог чинного законодавства щодо мінімального розміру зареєстрованого, резервного та інших видів капіталу. В цілому нормативне регулювання бухгалтерського обліку власного капіталу поділяється на декілька рівнів (рис. 1.).

Міжнародний рівень визначає загальні принципи та рекомендації для організації обліку капіталу на світовому рівні. Відповідно до МСФЗ до складових капіталу належать: власний та залучений капітал. Власний капітал в свою чергу поділяється на вкладений акціонерами; додатковий капітал, отриманий понад номінал акцій або емісійний дохід; додатковий капітал від переоцінки; накопичений нерозподілений чистий прибуток; резерви; резерви, що є частиною розподіленого чистого прибутку; резерви, що є коригуваннями на підтримку капіталу; деякі курсові різниці.

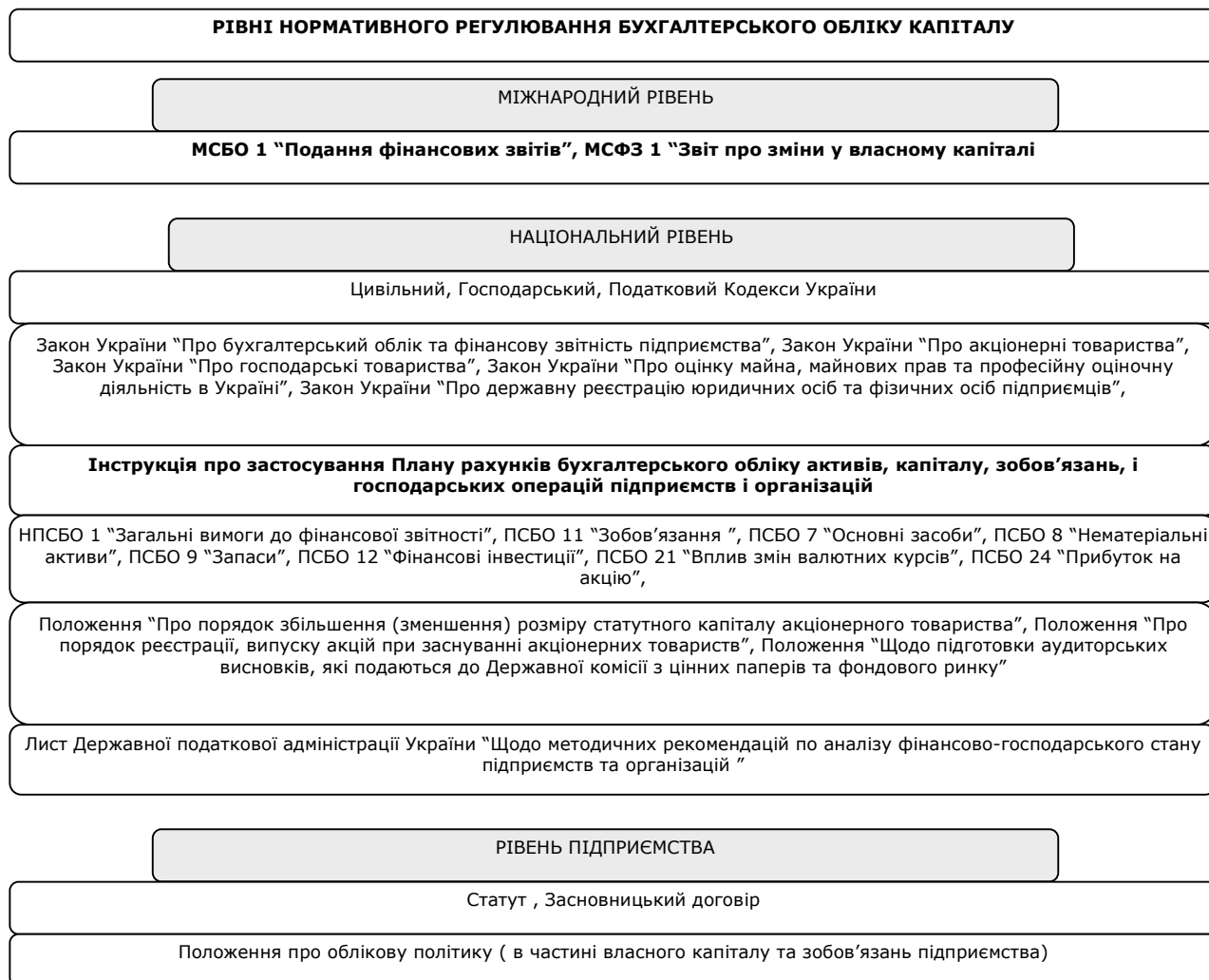


Рис. 1. Рівні нормативного регулювання бухгалтерського обліку операцій з капіталом

Разом з тим, використання зарубіжного досвіду без врахування специфіки діяльності вітчизняних підприємств, методики формування капіталу перешкоджають створенню інформаційного забезпечення

управління капіталом. Недосконалість методики бухгалтерського обліку в Україні, зумовило використання зарубіжного досвіду які не враховують специфічні умови господарювання в Україні. В зв'язку з цим, знижується ефективність інвестицій в господарську діяльність.

Основними законодавчими актами, які регулюють облік капіталу в Україні є: кодекси та Закони України, П(С)БО, інструкції, положення та рішення, листи ДПАУ.

Так, у Господарському та Цивільному кодексах України [1, 6] закріплено правові аспекти формування статутного капіталу, що визначають розмір, склад, строки, порядок внесення вкладів учасниками, оцінку майна при внесенні і вилученні, порядок зміни часток учасників, їх відповідальність за порушення зобов'язань за внесками.

Податковим кодексом України визначено відсоткову ставку податку на прибуток, що, безпосередньо, впливає на розмір статті балансу «Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)», окреслено об'єкт і суб'єкт оподаткування, визначено склад прибутку підприємства, хто є платником податку [3]. Даний нормативний документ містить питання щодо порядку визначення та складу доходів та витрат, що дозволяє будь-якому підприємству відповідно до закону визначити суму оподаткованого прибутку. Закріплено правові основи щодо питання придбання інвестиційного активу у разі здійснення операцій з внесення платником податку коштів або майна до статутного капіталу юридичної особи – резидента в обмін на емітовані ним корпоративні права. У Податковому кодексі щодо визначення розміру власного капіталу вказано, що він здійснюється відповідно до законодавства України, але чітко не прописано, у яких саме нормативно-правових документах.

На державному рівні (рис. 1). регулюються окремі аспекти обліку капіталу. Це дає можливість підприємствам обирати варіанти організації обліку капіталу, враховуючи специфіку підприємства, та його організаційно-правову форму.

На рівні підприємства передбачається, на основі установчих документів та облікової політики, формування інформації щодо обліку капіталу.

Методичні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про капітал та розкриття такої інформації у фінансовій звітності визначається НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2] та П(С)БО 11 «Зобов'язання» [5]. Норми цих стосуються підприємств, організацій та інших юридичних осіб усіх форм власності (крім банків і бюджетних установ). Цими стандартами визначаються також зміст і форма Балансу та Звіту про власний капітал та загальні вимоги до розкриття їх статей.

Відповідно до НП(С)БО 1, принципи бухгалтерського обліку операцій із капіталом базуються як на загальних принципах бухгалтерського обліку, зокрема на принципі визнання активів і зобов'язань, доходів і витрат, так і на вимогах корпоративного права і законодавства про цінні папери.

План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р., №291 [4] є нормативним документом, що регламентує облік складових капіталу. Позитивний момент Плану рахунків полягає в тому, що класи розміщені в такій самій послідовності, як і фінансова звітність — розділи балансу та звіту про фінансові результати, що дасть змогу зменшити трудовитрати під час його складання. Відповідно до Плану рахунків для обліку складових капіталу підприємства призначені рахунки класу 4, 5, 6.

Отже, операції із капіталом є недостатньо врегульованими. При цьому від повного та чіткого правового регулювання обліку капіталу наряду залежить достовірність забезпечення обліковою системою даними та у заповненні інформацією про стан і рух капіталу; раціональна організація контролю за правильністю та закономірністю формування капіталу, розподілу прибутку за відповідними напрямками; своєчасність, повнота, правильність відображення розміру та усіх змін капіталу, що впливає на своєчасність отримання достовірної інформації для управління структурою капіталу підприємства в цілому. Тому, необхідні подальші зміни в нормативних документах, що регулюють організацію обліку капіталу.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zkon1.rd.gov.u/lws/show/436-15>. – Офіційний сайт Верховної Ради України.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – Режим доступу : <http://zkon2.rd.gov.u/lws/show/z0399-99>. – Офіційний сайт Верховної Ради України.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zkon2.rd.gov.u/lws/show/2755-17>. – Офіційний сайт Верховної Ради України.
4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій [Текст] (з наступними змінами і доповненнями): Наказ Мінфіну України від 30.11.1999 р. № 291. – www.minfin.gov.ua.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», [Текст] затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.01.00 р. №20 (із змінами та доповненнями)
6. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Ради України. – Режим доступу : <http://zkon2.rd.gov.u/lws/show/435-15>. – Офіційний сайт Верховної Ради України.

Віта Буляховська, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник Н.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

В даній статті розглянуто методичні та організаційні аспекти обліку витрат на виробництво продукції сільського господарства та обґрунтовано шляхи удосконалення обліково-аналітичного забезпечення процесу виробництва на сільськогосподарському підприємстві.

У сучасних умовах господарювання раціонально побудована і налагоджена система обліку всіх рівнів підприємства є ефективним засобом отримання достовірної оперативної інформації про ефективність

функціонування підприємства та його результативність. Інформаційна система облікової інформації поєднує в собі потоки даних як первинної інформації, так і зведеної, а також дані зовнішніх джерел для проведення контролю та аналізу.

За своїм ґрунтово-кліматичним потенціалом Україна має значні переваги для розвитку сільського господарства як традиційної галузі, ефективний менеджмент якої неможливий без належного інформаційного забезпечення. Дані обліково-аналітичної системи, що орієнтована на управління діловою активністю підприємства, є його основою.

Наукові дослідження щодо облікового забезпечення процесу виробництва продукції сільського господарства у своїх працях проводили О. А. Боярова, Б. В. Мельничук, Г. О. Соболев, П. Л. Сук, Н. В. Тлущевич. Стан облікового забезпечення та ефективності виробництва на підприємствах аграрного комплексу стали предметом дослідження в наукових працях Н. В. Дуганець, Л. А. Коріневої, І. І. Рагуліної.

Питання формування витрат на виробництво сільськогосподарської продукції знайшли широке відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених і практиків. Однак слід зазначити, що на сьогодні недостатньо повно розкриті особливості обліково-аналітичного та контрольного забезпечення управління процесами виробництва продукції в умовах інтенсифікації інтеграційних процесів у агропромисловому виробництві. Потребує вдосконалення забезпечення єдиних підходів до формування облікової політики підприємства щодо обліку виробництва продукції сільського господарства, а також система документального забезпечення формування й узагальнення інформації про виробництво продукції сільського господарства з урахуванням її якості.

Важливим напрямом є визначення об'єктів обліку витрат, що є основою для ведення аналітичного обліку. Стосовно критеріїв, які є ключовими при визначенні об'єкта обліку, є досить чимало думок учених. Дослідження та аналіз різних поглядів на проблему визначення об'єкта обліку витрат дали змогу виділити такі основні напрями (рис. 1).

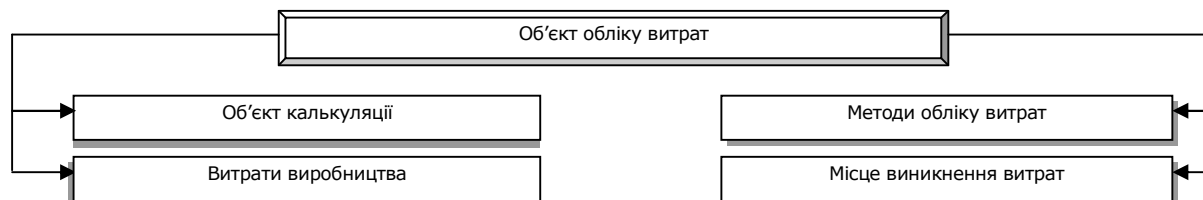


Рис. 1. Напрями щодо визначення об'єкта обліку витрат

Учені, які підтримували перший напрям, розглядаючи облік витрат у єдиному взаємозв'язку із калькулюванням, вважають правомірним ототожнення об'єкта обліку витрат з об'єктом калькуляції. Проте ми не погоджуємось, що поняття об'єкта обліку є тотожним поняттю об'єкт калькуляції. Деякі вчені зазначають, що ототожнювати ці два поняття не можна через те, що вони мають різний економічний зміст і значення, а також це пов'язано з біологічними особливостями сільського господарства, тому не завжди ці об'єкти збігаються [2, с. 182]. Слід пам'ятати про те, що об'єкти обліку витрат і об'єкти калькулювання можуть збігатися і не збігатися, про що наголошує Я.В. Соколов [10, с. 49]. В.Е. Керімов вважає, що об'єкти обліку витрат є частиною (часткою) об'єкта калькулювання [5, с.274]. Ми не підтримуємо таку точку зору, оскільки вважаємо, що ширшим є поняття об'єкта обліку витрат. Тобто об'єктом обліку витрат виступатимуть узагальнені витрати у встановлених межах, а об'єктом калькуляції буде певний вид чи сорт продукції, за якими обчислюють собівартість.

Деякі вчені під об'єктом обліку витрат розуміють витрати на виробництво, що групуються за різним ознаками з метою визначення собівартості продукції, чи витрати внутрішньогосподарського підрозділу. Ми підтримуємо точку зору, що під об'єктом обліку витрат слід розуміти витрати, але авторами досить вузько надано визначення цього поняття, що дає можливість неоднозначного його розуміння.

Практика суб'єктів господарювання підтверджує, що ефективним є спосіб контролю витрат на виробництво безпосередньо там, де здійснюється виробничий процес або його обслуговування. У зв'язку з цим дедалі частіше вчені виділяють місце виникнення витрат як окремий об'єкт обліку. Для сільськогосподарських підприємств місцем виникнення витрат є підрозділи, за якими ведуть відокремлений облік їх витрат і вирощеної продукції. На сьогодні актуальним стає ведення обліку саме в такий спосіб, оскільки територіальна розрізненість земель потребує поглибленого контролю за виробничими процесами, а також ускладнює організацію облікового процесу, якщо здійснювати його за встановленими об'єктами паралельно за всіма господарськими підрозділами, а після цього узагальнювати на рівні підрозділу або підприємства.

Окремий напрям сформовано науковцями, які вважають, що об'єкти обліку витрат прийнято узгоджувати з методами обліку витрат. Тобто вони об'єднують метод обліку витрат з методом калькулювання, а отже, розглядають ці два визначення як єдині.

На нашу думку, найбільш коректне дав визначення цього поняття В.Г. Лінник: «Під об'єктом обліку витрат слід розуміти витрати, які відображають у встановлених межах, узагальнюють за сільськогосподарськими культурами, групами культур, групами худоби, окремими роботами, конкретними виробництвами або їх процесами з метою здійснення контролю за витратами і визначення собівартості продукції, робіт і послуг» [6, с.32].

Облік витрат, зокрема об'єктів обліку витрат у сільському господарстві, досліджувала Н.В. Дуганець. У одній із своїх праць вона зазначила, що «об'єктами обліку витрат і калькулювання у рослинництві є види продукції» [3, с. 157].

Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» перелік і склад статей витрат підприємство встановлює самостійно. Методичними рекомендаціями № 132 надано орієнтовний перелік статей витрат для галузі рослинництва, які включають витрати на оплату праці, паливо та мастильні матеріали, насіння і посадковий матеріал, добрива, засоби захисту рослин, роботи та послуги, витрати на ремонт необоротних активів, інші витрати на утримання основних засобів; інші втрати; непродуктивні витрати (в обліку); загальновиробничі витрати.

Для віднесення на витрати виробництва продукції рослинництва витрат засобів праці використовують розрахунки амортизаційних відрахувань за основними засобами. Відомість № 4.6 с.-г. Нарухування амортизації основних засобів та інших необоротних активів є основою для заповнення Звітів (ф. № 5.5 с.-г., № 5.6 с.-г., № 5.7 с.-г.). У кінці місяця у Звіті про витрати та вихід продукції основного виробництва (ф. № 5.5 с.-г.) за об'єктами обліку витрат у рослинництві будуть зібрані прямі витрати на виробництво продукції в розрізі статей витрат. Тому в основу аналітичного обліку витрат мають бути покладені об'єкти обліку. Метод обліку витрат повинен ґрунтуватися за принципом обліку витрат.

Прямі витрати накопичують протягом року кожного місяця за об'єктами обліку витрат, непрямі витрати відносять на об'єкти обліку в кінці року при калькуляції їх собівартості. Непрямими витратами є загальновиробничі витрати, облік яких ведуть на основі первинних документів у Звіті № 5.7 с.-г. про загальновиробничі витрати. Загальновиробничі витрати включають у витрати рослинництва за окремим аналітичним рахунком на основі спеціального розрахунку з використанням бази розподілу, встановленої підприємством.

Крім того, в кінці року у Звіт про витрати та вихід продукції основного виробництва на відповідні об'єкти обліку відносять також страхові платежі на основі карток-розрахунків. Показники Звітів № 5.5 с.-г., 5.6 с.-г. за кредитом аналітичних рахунків виробництв переносять у Зведену відомість № 5.10 с.-г. до Журналу-ордеру № 5 В с.-г. у межах галузей виробництв та структурних підрозділів. Підсумки Зведеної відомості № 5.10 с.-г. з деталізацією сум за синтетичними рахунками (субрахунками) переносять до Журналу-ордеру № 5 В с.-г.

Витрати і вихід продукції рослинництва обліковують на субрахунку рахунка 231. На дебеті цього субрахунку показують витрати на виробництво, а по кредиту – вихід продукції; дебетове сальдо відображає незавершене виробництво у рослинництві.

Слід зазначити, що в умовах високого рівня автоматизації важливо, щоб облік витрат виконував не тільки функцію фактичного відображення понесених витрат, адже виконанням цієї функції неможливо обмежитись. Потрібно організувати облік витрат у системі аналітичних рахунків у такий спосіб, щоб мати можливість відстежувати суми понесених витрат за підрозділами, контролювати їх та знаходити шляхи зниження чи економії. Ученими була висловлена думка, що групування та відображення витрат за центрами відповідальності потребує виділення окремої групи рахунків другого та третього порядків, які мають самостійну систему запису на рахунках і самостійне балансове узгодження оборотів та сальдо за рахунками. Тобто пропонується використовувати кодифікатор центрів відповідальності, який враховував би місце виникнення витрат у розрізі виробничих підрозділів, загальновиробничих, адміністративних, збутових та інших операційних витрат [9, с.258].

В.Б. Івашкевич зазначає, що особливе значення облік і контроль витрат за місцями і центрами формування має у великих компаніях і організаціях холдингового типу. При цьому, на його думку, необхідно надати філіалам і дочірнім підприємствам максимум самостійності та відповідальності за економічні результати діяльності, одночасно зберігши фінансовий контроль з боку головної організації та проведення єдиної фінансової і податкової політики [4, с.162-163]. Виходячи з цього пропонуємо насамперед для сільськогосподарських підприємств облік витрат на вирощування продукції та доходів від їх реалізації організовувати насамперед за центрами відповідальності – центрами витрат і доходів, перелік яких варто також визначити в наказі про облікову політику. Існують різні думки щодо виділення на підприємстві центрів відповідальності. Так, Мельничук Б.В. вважає, що центри відповідальності можна виділити також і за функціональною (виробництво, продаж, обслуговування) і за територіальною (філії в різних географічних точках) ознаками [7, с. 16]. Г.М. Давидов вважає, що центри витрат (ЦВ) відповідають тільки за витрати, які вони здійснили у процесі своєї діяльності. Тобто центрами витрат можуть бути як функціональні служби (бухгалтерія, охорона, реклама), до обов'язків яких не входить отримання доходу, так і виробничі підрозділи. Центри витрат є одним із основних джерел інформації при складанні бюджетів (планів), оскільки вони визначають їх витратну частину. На думку Глущенко А.В., центри доходів (ЦД) відповідають за доходи, які вони приносять підприємству в процесі своєї діяльності і не відповідають за здійснені ними витрати. Центром доходу може бути підрозділ компанії, який призначений для отримання доходу (наприклад, збут), а його витрати визначає вищий підрозділ, оскільки саме він визначає суми і напрями здійснення витрат (наприклад, заробітна плата, оренда, транспорт і т.д.) [1, с. 20]. З огляду на сучасну практику сільськогосподарських підприємств України, коли земельний фонд займає площу в різних районах, а то й областях, пропонуємо центри витрат і доходів виділяти за територіальною ознакою. Такими центрами відповідальності можуть слугувати філії, відділення, відокремлені підрозділи підприємства, керівники яких несуть відповідальність за витрати і доходи в цілому за ці відокремлені структурні одиниці.

Таким чином, за такої схеми організації обліку в системі рахунків буде одночасно відображено інформацію в фінансовому та управлінському обліку для потреб управління. У разі використання сучасного програмного продукту «1С Підприємство» у конфігурації Управління виробничим підприємством можна сформувати інформацію про суму понесених витрат на вирощування продукції в цілому по підприємству, за підрозділом – центром відповідальності в розрізі статей калькуляції, в розрізі полів, садів. Такий ступінь аналітичності дає змогу ефективно здійснювати контроль за витратами, а також будувати систему бюджетів для кожного з підрозділів та в цілому по підприємству.

Багаторівнева структура побудови системи обліку виробництва має низку переваг. Зокрема, В.Палій зазначав, що при цьому виникає можливість у межах одного синтетичного рахунку отримати кілька різних систем аналітичних рахунків, які, в свою чергу, всебічно відображають первинну інформацію. В кожній системі аналітичних рахунків інформація групується та узагальнюється в інтересах управління за певним принципом [8].

Ми пропонуємо для обліку витрат виробництва застосовувати субрахунок 231 «Рослинництво», в розрізі аналітичних рахунків за видами продукції рослинництва. За дебетом цього субрахунку протягом періоду накопичуватимуть витрати поточного року на вирощування продукції, а також обліковуватимуться витрати минулого року, понесені під урожай майбутнього року. За дебетом субрахунку 231 «Рослинництво» слід обліковувати: витрати минулого року під урожай поточного року (незавершене виробництво на початок звітного року); витрати поточного року під урожай поточного року; витрати поточного року під урожай майбутнього року (незавершене виробництво на кінець звітного року).

Список використаних джерел:

1. Глуценко А.В. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в АПК: [учеб. пособие] / А.В. Глуценко, Н.Н. Нелюбова. – М.: Магистр, 2008. – 189 с.
2. Гринман Г.И. Организация бухгалтерского учета в условиях комплексной механизации: [учебник] / Г.И. Гринман, К.Д. Минькова. – М.: Агропромиздат, 2007. – 271 с.
3. Дуганець Н.В. Об'єкти обліку витрат і калькування собівартості продукції в бурякоцукровій галузі / Н.В. Дуганець, О.Н. Коркушко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Вип. 27: у 3-х ч. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – Ч. II. – 253 с. – С. 155 – 158.
4. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: [учебник] / В.Б. Ивашкевич. — М.: Экономист, 2004. — 638 с.
5. Керимов В.Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: [учебник] / В.Э. Керимов — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. — 484 с.
6. Линник В.Г. Калькуляция собівартості продукції сільськогосподарських підприємств: [навч. посібник] / В.Г. Линник. – К.: НМКВО, 2011р. – 220 с.
7. Мельничук Б.В. Облікове забезпечення управління витратами в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Б.В. Мельничук. – К, 2008. – 20 с.
8. Палій В.Ф. АСУ и проблемы теории бухгалтерского учета / В.Ф. Палий, Я.В. Соколов – М.: Финансы и статистика, 1981. – 224 с.
9. Проскура К.П. Податкові аспекти управління витратами підприємства / К.П. Проскура, Г.О. Зінов'єв // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 255 – 262.
10. Управленческий учет : [учеб. пособие] / под ред. проф. Я.В. Соколова. – М. : Магистр, 2010. – 428 с.

Діана Герасимчук, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник Н.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА ЦЕНТРАМИ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

В даній статті розглянуто та обґрунтовано організаційні аспекти формування системи управлінського обліку витрат за центрами фінансової відповідальності та наведено пропозиції з удосконалення організації управлінського обліку витрат на сільськогосподарському підприємстві.

Ефективність управління діяльністю підприємства значною мірою залежить від організації бухгалтерського обліку, яка дає змогу здійснювати контроль витрат. Для забезпечення ефективного обліку витрат, упорядкування документації господарських операцій і документообігу, їх реєстрації в системі рахунків обліку, вибору методики калькулювання та узагальнення інформації необхідно враховувати структуру і технологічний цикл сільськогосподарського підприємства.

Особливе значення у формуванні комплексної інформації для потреб управління має система бухгалтерського обліку, економічного аналізу і контролю як важлива функція управління. У зв'язку з цим необхідно актуалізувати завдання обліку, аналізу і контролю щодо формування повної та достовірної інформації про витрати підприємства з урахуванням специфіки галузі. Поєднання процедур бухгалтерського обліку уможливило надання управлінському апарату підприємства неупередженої інформації щодо обсягів витрат, їх оптимізації та раціоналізації структури.

Проблеми обліку витрат ґрунтовно досліджували як вітчизняні учені, зокрема М.І. Бондар, О.О. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, І.М. Вигівська, А.М. Герасимович, Л.В. Гнилицька, С.В. Голов, Н.О. Гура, З.В. Гуцайлюк, Є.В. Калюга, Л.М. Кіндрацька, М.В. Кужельний, Л.Г. Ловінська, Є.В. Мних, Л.В. Нападовська, М.С. Пушкар, Н.І. Пилипів, В.В. Сопко, М.Г. Чумаченко, В.О. Шевчук, В.Г. Швець, так і зарубіжні науковці Х. Андерсон, А. Апчерч, Е. Аткинсон, Д. Вінсент, К. Друрі, В.Б. Івашкевич, М. Імаї, М. Моувен, Б. Нідлз, Т. Негл, В.Ф. Палій, Д. Фостер, Д. Хенсен, Ч. Хорнгрен, А.Д. Шермет.

Проте, питання обліку витрат з урахуванням галузевих особливостей сільськогосподарських підприємств залишилися поза увагою більшості дослідників. Необхідність удосконалення практичних та організаційних засад обліку витрат сільськогосподарських підприємств з різними технологічним та операційним циклами зумовила актуальність теми дослідження.

Для прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень у сільському господарстві важливе значення має раціональне застосування аспектів управлінського обліку. Однак у зв'язку з браком знань в галузі розвитку управлінських елементів облікової системи, багато аграріїв недооцінюють роль і значимість обліку в керованих ними підприємствах.

При цьому управлінський облік є системою отримання інформації для прийняття управлінських рішень, структурованої як сукупність обліково-аналітичних процедур і включає в себе певну частину бухгалтерської інформаційної бази, методи по її перегрупування, узагальнення і обробки, вибудованої за принципом найбільшої адаптованості до специфіки діяльності підприємства і релевантності до прийняття рішень [5, с. 38].

У сільському господарстві виділяють економічні фактори, моделі управлінської діяльності та результати основної діяльності. Одним з важливих завдань управлінського обліку в сільськогосподарському підприємстві виступає впорядкування вхідних і вихідних інформаційних потоків.

Завдяки інформаційним технологіям після введення даних первинної документації господарські операції автоматично відображаються в журналах-ордерах і різного роду накопичувальних відомостях, побудованих за шаховим принципом.

Діюча методика і організація управлінського обліку недостатньо показує галузеву специфіку економіки, що повною мірою не дозволяє якісно обліковувати, аналізувати і розподіляти доходи і витрати господарюючих суб'єктів.

В даний час відсутня єдина науково обґрунтована методологія управлінського обліку як система обліково-аналітичного забезпечення управління, що є однією з причин низького рівня ефективності механізму управління фінансовими результатами господарюючих суб'єктів різних організаційно-правових форм [2].

Відсутність чіткого визначення мети, завдань, принципів, елементів облікової політики, регламенту відбору, групування та узагальнення інформації, виконання контрольної функції призводить до ряду серйозних проблем [3, с. 36]:

- 1) нерозуміння керівництвом підприємств, особливо в сільському господарстві, значення і ролі управлінського обліку;
- 2) наявності малоефективних систем обліку, контролю, управління;
- 3) відсутності системи виявлення внутрішніх і зовнішніх резервів зростання прибутку;
- 4) збитковості основної діяльності;
- 5) непосильного рівня податкового навантаження та ін.

Організація системи управлінського обліку та її подальше впровадження залежить від внутрішніх аспектів діяльності підприємства, таких як особливості технологічних процесів, застосовувана технологія автоматизованої обробки економічної інформації, значимість і важливість управлінської інформації, вірогідність створення і застосування даної системи на підприємстві.

Відповідно до особливостей сільськогосподарської спеціалізації, система управлінського обліку на аграрних підприємствах має характерні риси і власну облікову політику, яку можна визначити як сукупність способів ведення обліку та складання внутрішньої (управлінської) звітності [6, с. 12].

Отже, на сільськогосподарських підприємствах порядок побудови управлінської системи повинен мати свої принципи відмінності у зв'язку з їх особливостями. Вважаємо за доцільне представити приблизну структуру системи управлінського обліку і звітності в сільськогосподарській підприємства, зокрема у цій системі використовувати два базових поняття: зведення, як документ-прототип бази даних, що відображає хронологічні зміни в стані певного виду ресурсу сільськогосподарського виробництва, і звіт, як документ, що фіксує моментний стан певного виду ресурсу (наприклад, на початок кожного звітного місяця). Сільськогосподарське підприємство розробляє форми цих документів самостійно за участю співробітників економічного відділу і бухгалтерії, керуючись міркуваннями найбільшої практичної зручності та управлінськими потребами на підставі ефективних аналітичних процедур в практиці обліково-аналітичної роботи.

Пропонуємо на сільськогосподарських підприємствах побудувати управлінський облік таким чином, щоб методи обліку витрат здійснювалися попроцесно, при цьому об'єктами обліку витрат служили етапи виконання робіт. Зі збільшенням числа об'єктів обліку витрат ускладнюється робота облікової структури, але при цьому дозволяє швидко і якісно зіставляти факти і норми, приймати вірні рішення в управлінському обліку в ході виробничих процесів, а не після їх виконання. Розукрупнення і перегрупування вимагають більшість статей витрат на підприємстві.

При цьому з метою побудови єдиної структури калькуляційних статей витрат необхідно виходити з класифікації витрат за їх відношенням до обсягу виробництва (робіт, продукції), що дозволить впровадити на сільськогосподарських підприємствах систему управлінського обліку за технологією «директ-костинг» [4, с. 180].

Нами запропоновано використовувати ряд документів і реєстрів з обліку і контролю витрат на виробництво продукції, які можуть бути використані також в інших галузях сільського господарства. Вони засновані на теоретичних положеннях і практичних рекомендаціях щодо впровадження управлінського обліку і включають в себе, зокрема: виробничий звіт структурного підрозділу; зведений виробничий звіт по структурних підрозділах. Застосування цих заходів спрямоване на оптимізацію обліково-аналітичної системи та вдосконалення обліку витрат в системі управлінського обліку, що дозволить даному підприємству суттєво підвищити ефективність своєї виробничо-господарської діяльності.

В основі побудови фінансової структури підприємства повинен бути обґрунтований розподіл контролюючих і регулюючих повноважень між менеджерами середнього рівня і вищим керівництвом, орієнтоване на підвищення ефективності та результативності прийняття управлінських рішень, і, в кінцевому рахунку, що припускає солідарну відповідальність за фінансові результати діяльності сільськогосподарського підприємства. Необхідними умовами побудови ефективної системи управлінського обліку витрат за центрами фінансової відповідальності є раціональне, з точки зору адекватності організаційної структури підприємства, їх виокремлення [3, с. 212].

Пропонована фінансова на структура сільськогосподарських підприємств може включати наступні центри фінансової відповідальності (ЦФО) (табл. 1).

Центр прибутку - підрозділ підприємства, діяльність якого безпосередньо пов'язана з реалізацією бізнес-проектів і спрямована на отримання прибутку. В якості центру прибутку виступає апарат управління підприємства. Керівник ЦФВ, в особі директора, відповідає за максимізацію прибутку підприємства.

Фінансова структура сільськогосподарських підприємств

Вид центру фінансової відповідальності (ЦФВ)	Підрозділи, що включаються в ЦФВ
Центр прибутку	Апарат управління підприємства
Центр маржинального доходу	Апарат управління СГП «1», Апарат управління СГП «2»
Центр нормативних витрат (ЦНЗ)	Підрозділи вантажного автопарку, ремонтні майстерні
Центр управлінських витрат (ЦУЗ)	Служба безпеки, адміністративно-господарська служба
Центр інвестицій	Керуюча компанія

Центри маржинального доходу - підрозділи, діяльність яких безпосередньо пов'язана з реалізацією бізнес-напрямків. В якості центрів маржинального доходу виступають два територіально і виробничо відокремлених сільськогосподарських підрозділи. Керівники ЦФВ, в особі виконавчих директорів сільськогосподарських підрозділів, у рамках виділеного бюджету витрат відповідають за максимізацію маржинального доходу.

Центри витрат (центри нормативних витрат (ЦНВ) і центри управлінських витрат (ЦУВ)) - підрозділи, що забезпечують підтримку та обслуговування функціонування центрів прибутку та центрів маржинального доходу, але безпосередньо не приносять прибуток. Керівник цього ЦФВ відповідає за виконання поставлених завдань в рамках виділеного бюджету витрат.

Центрами нормативних витрат є відділення, що входять до складу сільськогосподарських підрозділів, і безпосередньо організовують виробництво сільськогосподарської продукції, а також підрозділи вантажного автопарку, ремонтної майстерні.

До центрів управлінських витрат відносяться адміністративні служби підприємства та його підрозділів (служба безпеки, адміністративно-господарська служба) [3, с. 218].

В якості центру інвестицій виступає безпосередньо керуюча компанія, через централізовану фінансову службу, якій проходять всі фінансові потоки холдингу. Правління керуючої компанії визначає стратегічні напрямки розвитку бізнесу, стверджує інвестиційні проекти. Реалізація продукції здійснюється через керуючу компанію, тому центр доходу (в якості якого традиційно виступає відділ збуту) у сільськогосподарському підприємстві не виділяється.

Для забезпечення достовірності обліку по ЦФВ необхідно ввести рахунки витрат управлінського обліку. У цих цілях рекомендуємо використовувати на сільськогосподарських підприємствах в робочому плані рахунків рахунки для групування витрат за статтями, місцями виникнення та іншими ознаками, а також обчислення собівартості продукції (робіт, послуг).

Таким чином, облік витрат спочатку здійснюється за економічними елементами, потім витрати розподіляються між калькуляційними рахунками. До кожного рахунку доцільно відкрити субрахунок, що відображає основний чи допоміжний центр відповідальності і субконто по окремих цехах і ділянках. Крім цього, при формуванні системи управлінського обліку за центрами відповідальності необхідно складання кошторисів, виконання яких оцінюється в подальшому, і звітів центрів відповідальності, що включають тільки ті статті витрат, на які може вплинути посадова особа, відповідальна за діяльність кожного центру.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV ; із змін. та допов. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" // Затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р., № 318 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Голов С.Ф. Фінансовий та управлінський облік: Підручник / С.Ф. Голов, В.І. Єфименко. – К.: Автосервіс, 1996. – 543 с.
4. Калюга Є.В. Фінансово-господарський контроль у системі управління: Монографія / Є.В. Калюга. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2002. – 360 с.
5. Моссаковский В. Концепція побудови управління витратами у сільськогосподарських підприємствах / В. Моссаковский // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – №6. – С. 32-42.
6. Моторин Р.М. Напрями гармонізації статистичного і бухгалтерського обліку з метою покращання інформаційного забезпечення управлінських рішень / Р.М. Моторин // Статистика України. – 2009. – № 4. – С. 11-16.

Ірина Градецька, 1 курс, «Облік і аудит», з/ф,

Наук. кер. - Машталар Г.П.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУТНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуті підходи до визначення сутності облікової політики підприємства.

Різноманітним аспектам формування облікової політики приділяється багато уваги в літературних джерелах. Підходи до регулювання, обрання, розкриття та зміни облікової політики досліджуються в працях вітчизняних учених, таких як Т. В. Барановська, П. Є. Житний, А. Г. Загородній, З. М. В. Задорожний, Г. Г. Кірейцев, С. А. Кузнецова, Л. Г. Ловінська, Г. О. Партин, О. М. Петрук, М. С. Пушкар, С. В. Свірко, В. А. Шпак та інших.

Незважаючи на досить велику кількість теоретичних і практичних напрацювань щодо визначення сутності, змісту та призначення облікової політики, немає єдиного підходу стосовно визначення її сутності. Така ситуація спричинена відсутністю єдиного підходу та чіткого алгоритму обрання облікової політики та складання розпорядчого документа про неї в законодавчих актах, які регулюють її формування.

Так, визначення облікової політики регламентоване Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 № 996-XIV), це сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1]. Юридичне регулювання облікової політики та її зміст на національному рівні, окрім зазначеного вище Закону, визначено НП(С)БО 1

“Загальні вимоги до фінансової звітності” [4], П(С)БО 6 “Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах” [5], листом Міністерства фінансів України “Про облікову політику” [2]. Крім того, порядок погодження та основні питання розпорядчого документа про облікову політику державних підприємств, установ та організацій, регулюються наказом “Про погодження облікової політики підприємства”.

Дещо інакше трактує поняття облікової політики МСБО (IAS) 8 “Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки” [3]. Так, його параграф 5 визначає облікові політики як конкретні принципи, основи, домовленості, правила і практику, застосовані суб’єктом господарювання при складанні та поданні фінансових звітів. Можна зробити висновок, що тлумачення облікової політики в українському законодавстві відповідає міжнародним нормам. Але як видно, в закінченні формулювання поняття «облікова політика» як за національним, так і за міжнародним стандартом бухгалтерського обліку, підкреслюється, що мова йде винятково про принципи, методи і процедури, які використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності, тобто, відсутня навіть згадка про бухгалтерський облік.

Проте, на відміну від визначення, яке наведено в МСБО (IAS) 8 “Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки”, НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” не включає у це визначення домовленості та практику, які є зовнішніми чинниками, що визначають для конкретних економічних умов перелік принципів фінансової звітності та їх зміст. Також, у МСБО (IAS) 8 йдеться про облікову політику загалом, це пов’язане з тим, що за міжнародними правилами облікова політика, встановлена щодо конкретного об’єкта обліку, вважається окремою обліковою політикою. А виходячи з національного визначення терміна, сукупність таких облікових політик саме і складає єдину облікову політику підприємства.

Для з’ясування сутності досліджуваного поняття «облікова політика» розглянемо підходи до його трактування у різних літературних джерелах (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття «облікова політика»

Джерело	Визначення
Бухгалтерський словник [9, с. 120]	Облікова політика – система способів і прийомів організації та ведення обліку на конкретному підприємстві, закріплена відповідним нормативним актом на невизначений термін
Економічна Енциклопедія [12, с. 608]	Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності
Справочник бухгалтера и аудитора [17, с. 878]	Облікова політика – це прийнята нею сукупність способів ведення бухгалтерського обліку – первинного спостереження, вартісного виміру, поточного групування та підсумкового узагальнення фактів господарської діяльності
Барановська Т.В. [6, с. 10]	Облікова політика – сукупність дій із формування комплексу методичних прийомів, способів і процедур організації та ведення бухгалтерського обліку, який відповідає особливостям діяльності підприємства та інтересам його власників
Бутинець Ф.Ф. [8, с. 51]	Облікова політика – це не просто сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати різні варіанти відображення фактів господарського життя. У широкому розумінні її можна визначити як управління обліком, а у вузькому – як сукупність способів ведення обліку (вибір підприємством конкретних методик ведення обліку)
Бычков М.Ф., Балашова Н.Н. [7, с. 22]	Облікова політика підприємства – це прийнята підприємством сукупність способів (приймів) ведення бухгалтерського обліку – первинного спостереження, вартісного виміру, поточного групування та підсумкового узагальнення фактів господарської діяльності
Соколов Я.В. [17, с. 397]	Облікова політика – засіб, що дозволяє адміністрації підприємства (фірми) легально маніпулювати фінансовими результатами
Шпак В.А. [18, с. 204]	Облікова політика – цілеспрямована організаційно-управлінська діяльність, пов’язана з формуванням облікового порядку (чіткої організації бухгалтерського обліку, з дотриманням встановлених правил обліку)
Ловінська Л.Г., Стефанюк І.Б. [14, с. 63]	Облікова політика суб’єкта господарювання – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються суб’єктом господарювання для ведення поточного обліку, складання та подання фінансової звітності в межах, визначених Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, іншими нормативними документами, затвердженими Міністерством фінансів України та іншими органами виконавчої влади після погодження з Міністерством фінансів
Кучеренко Т. [13, с. 25]	Облікова політика – це домовленості й практика, що проявляються у сукупності принципів, методів і процедур, які використовує підприємство для складання та подання фінансової звітності з метою її гармонізації та створення єдиних підходів до визначення, визнання й оцінки окремих її елементів
Пушкар М.С., Щирба М.Т. [15, с. 151]	Облікова політика – конституція підприємства, яка передбачає права обов’язки системи обліку з приводу формування інформаційних ресурсів для менеджерів

В. Задорожний, Л. Г. Семенен, Л. Т. Богуцька [11] вважають, що буквально визначення облікової політики виключає розгляд у його світлі такого поняття, як “організація обліку”, і пропонують доповнити формулювання таким чином: облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством при організації обліку його діяльності та для складання звітності.

Таким чином, окремі автори дають різні визначення, і обмежується або повторенням визначення наведеного у вищезазначених нормативних документах, або ж звуженням її до способів і процедур. Отже аналіз підходів до трактування поняття «облікова політика» свідчить про відсутність єдиної думки науковців з цього приводу. Відповідно до розглянутих визначень облікову політику у загальному визначенні складає сукупність методів, способів, принципів, методик, процедур та форм бухгалтерського обліку. У закордонній науковій літературі, зокрема польській [19], облікова політика також визначається як перелік обов’язкових правил, процедур і норм, які використовуються на практиці для того, щоб надана інформація про майновий стан підприємства,

його господарську діяльність і отримані фінансові результати була повною, зрозумілою, достовірною і такою, що підлягає використанню.

Я.В. Соколов вважає, що «облікова політика – це засіб, що дозволяє адміністрації підприємства (фірми) легально маніпулювати фінансовими результатами» [16]. Таке трактування має сенс, оскільки відповідно до цілей, які переслідує підприємство, воно може встановлювати ті чи інші вимоги до ведення бухгалтерського обліку, що забезпечить реалізацію таких цілей.

Отже, більшість науковців розглядає її як інструмент вирішення методичних питань ведення бухгалтерського обліку з метою складання фінансової звітності, включаючи організаційні й технічні аспекти ведення облікового процесу. У наукових джерелах поширена думка, що облікова політика – це сукупність способів, принципів, правил, форм, методів ведення обліку. Це пов'язано з тим, що методологічні принципи, форми та методи ведення обліку, які застосовуються авторами для визначення сутності облікової політики, мають забезпечувати раціональне й ефективне ведення бухгалтерського обліку, що є загальною метою організації бухгалтерського обліку, але не його складовою – облікової політики, котра спрямована на складання фінансової звітності.

Г. М. Давидов виокремлює два підходи до визначення облікової політики: перший практично дублює законодавче визначення облікової політики та трактує її як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємствами для складання й подання фінансової звітності; другий визначає облікову політику в широкому розумінні як управління обліком та у вузькому як сукупність способів ведення обліку (вибір конкретних методик ведення обліку) [10].

На наш погляд, облікова політика – це не тільки сукупність принципів, методів та процедур ведення обліку, а також складання всіх форм звітності з метою створення інформаційних передумов для ефективної реалізації всіх управлінських функцій і задоволення потреб всіх зацікавлених користувачів в об'єктивній обліковій інформації.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. 58. 49.
2. Лист Міністерства фінансів України "Про облікову політику" від 21.12.2005 р. № 31-34000-10-5/27793.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 "Облікові політики, зміни в розрахункових оцінках та помилки" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=92410.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" : затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/arc_hive/main?cat_id=83023.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 "Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах" : затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.05.1999 № 137 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/archive/main?cat_id=83023.
6. Барановська Т.В. Облікова політика: рівні, суб'єкти, складові // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2003. – № 3 (25). – С. 18–26...
7. Бычков М.Ф., Балашова Н.Н. К вопросу учетной политике предприятия // Экономика с/х и перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 2. – С. 22–23.
8. Бутинець Ф. Ф. Аудит : стан і тенденції розвитку в Україні та світі : монографія/Ф.Ф. Бутинець, Н. І. Петренко.–Житомир : ЖДТУ, 2003. – 408 с.
9. Бухгалтерський словник. / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 224 с.
10. Давидов Г. М. Аудит : навч. посібн. / Г. М. Давидов. – 3-тє вид., стер. – К. : Тов. "Знання" ; КОО, 2005. – 363 с.
11. Задорожний З.-М. В. Актуальні питання облікової політики підприємств щодо необоротних активів: монографія / З.-М. В. Задорожний, Л. Г. Семенен, Л. Т. Богущак; Терноп. нац. екон. ун-т. – Т., 2012. – 237 с.
12. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: Мочерний С.В. (відп. редак.) та ін. –К.: Видавничий центр "Академія", 2001. – 848 с.
13. Кучеренко Т. Регламентування облікової політики фінансової звітності // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 5. – С. 24–34.
14. Левицька С.О. Організація обліку господарської діяльності підприємства / Левицька С. // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 6. – С. 6–13.
15. Пушкар М. С. Теорія і практика формування облікової політики : монографія / М. С. Пушкар, М. Т. Щирба. – Т. : Карт-бланш, 2010. – 260 с.
16. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 496 с.
17. Справочник бухгалтера и аудитора / Под ред. д.е.н., проф. Е.А. Мизиковского, к.е.н., доц. Л.Г. Макаровой. – М.: Юристъ, 2001. – 992 с.
18. Шпак В. А. Облікова політика — складова організації бухгалтерського обліку / В. А. Шпак // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 6. — С. 203–205.
19. Messner Z. Podstawy rachunkowości. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 2003, s. 31.

Юлія Гриців, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Труфен А.О.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

В даній статті розглянуто особливості оцінки нематеріальних активів в бухгалтерському обліку та визначено основні її критерії, проведено огляд законодавчої та нормативної бази для здійснення якісної та справедливої їх оцінки.

Чіткість, достовірність та повнота інформації, яку надають фінансові звіти, відіграє важливу роль як для внутрішніх користувачів, так і для зовнішніх. Якісні характеристики, що забезпечують корисність інформації, у великій мірі залежать від оцінки елементів фінансових звітів.

Варто відмітити, що наявність нематеріальних активів в якості ресурсів підприємства сприяє збільшенню його ринкової вартості, підвищенню конкурентоздатності та загалом робить підприємство більш інвестиційно привабливим. Саме тому питання оцінки нематеріальних активів є надзвичайно актуальним, тим більше, що в даний час процес оцінки таких специфічних активів лише проходить стадію формування.

Представники сучасної економічної думки С.Ф. Голов, В.В. Євдокимов А.П. Завгородній, Л.Н. Котенко, М.В. Кужельний, О.Є. Кузьмін, О.О. Левицька, В.В. Сопко та інші в своїх працях висвітлювали особливості облікового процесу оцінки нематеріальних активів, зокрема, детально розглядали процеси їх оцінки при надходженні та використанні. Однак незважаючи на суттєві досягнення, дане питання потребує подальшого детального дослідження.

Оцінка являє собою специфічний спосіб, завдяки якому облікові елементи переводяться з натурального вимірника в грошовий з метою відображення на рахунках бухгалтерського обліку і у фінансовій звітності. Вимоги до здійснення оцінки формуються міжнародними стандартами фінансової звітності, національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та спеціальними законодавчими актами [1-7].

Здійснюючи оцінку вартості активів, у першу чергу потрібно визначити:

- об'єктивні умови оцінки (які саме нематеріальні активи будуть оцінюватися; наявність права власності на такі активи; за якою вартістю буде здійснюватися оцінка та на яку дату);

- цілі здійснювання оцінки (зазначаються користувачі (зовнішні, внутрішні) здійснюваної оцінки та рішення, які будуть залежати від результатів даної оцінки).

Залежно від мети, для досягнення якої планується робити оцінку нематеріальних активів, а також керуючись результатами вітчизняної та зарубіжної практики, вчені виділяють два методи оцінки: експертну та бухгалтерську.

Випадки, в яких здійснюється обов'язкова оцінка майна із застосуванням експертних методів визначаються на законодавчому рівні відповідно до ст. 7 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [2].

Зважаючи на природу нематеріальних активів, значна їх частина, як уже зазначалось вище, не відображається на рахунках бухгалтерського обліку, і підприємство не в змозі їх контролювати. Створюючи цінність для підприємства в процесі господарської діяльності, самі вони цінності не мають, оскільки під цінністю розуміється внесок у загальну вартість підприємства.

На особливості оцінки нематеріальних активів впливають: джерело надходження, види активів та їхнє місце в процесі господарської діяльності. Нематеріальні активи можуть бути придбані за кошти в юридичних чи фізичних осіб, при цьому їхня вартість визначається фактичними витратами на придбання та доведення до стану, придатного для використання в господарській діяльності; можуть надійти на підприємство як внесок до статутного капіталу, за справедливою вартістю (керуючись домовленістю акціонерів підприємства); надходять за умовами договорів не в грошовій формі (за вартістю майна, що було передано в обмін); в результаті створення власними силами – оцінюються за фактичними витратами на створення; можуть бути отримані від юридичних та фізичних осіб на безоплатній основі, при цьому вартість оприбуткування встановлюють, як правило, незалежні експерти.

У вітчизняній практиці бухгалтерського обліку нематеріальні активи оцінюються за фактичною вартістю придбання (первісною вартістю), за залишковою вартістю, за відновною вартістю, за постійною ціною, звичайною ціною та інвентарною ціною.

Для цілей бухгалтерського обліку та з метою достовірного відображення в звітності оцінка нематеріальних активів чітко регламентується П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [3]. Так, згідно зі ст. 10 П(С)БО 8 нематеріальні активи відображаються в балансі за первісною вартістю. Залежно від способу надходження таких активів використовують різні підходи для визначення первісної вартості.

Керуючись Методикою оцінки майнових прав інтелектуальної власності, розробленою відповідно до статті 9 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» [2] з урахуванням вимог Національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 03.10.2007 р. № 1185 [6], при оцінці майнових прав інтелектуальної власності дохідному підходу відводиться пріоритетне місце, як такому, що найбільш достовірно відображає цінність об'єкта оцінки. Базуючись на врахуванні принципів найбільш ефективного використання та очікування, вартість об'єкта оцінки визначається як поточна вартість очікуваних доходів від використання об'єкта оцінки, включаючи дохід від його можливого перепродажу.

В той же час, зарубіжна оціночна практика віддає перевагу оцінці за справедливою вартістю. Причому різні міжнародні документи мають свої характерні особливості при її трактуванні.

З 1 січня 2013 року набрав чинності МСФЗ 13 «Оцінка справедливої вартості» [7], який встановлює єдину методику оцінки справедливої вартості. МСФЗ 13 застосовують як до фінансових, так і до нефінансових активів та зобов'язань, які оцінюються за справедливою вартістю. Відповідно до даного стандарту «Справедлива вартість - це ціна, яка була б отримана за продаж активу або сплачена за передачу зобов'язання у звичайній операції на головному (або найсприятливішому) ринку на дату оцінки за поточних ринкових умов (тобто вихідна ціна), незалежно від того, чи спостерігається така ціна безпосередньо, чи визначена за допомогою іншої методики оцінювання» [7]. Головний ринок – це ринок з найбільшою ліквідністю щодо даного активу чи зобов'язання. За відсутності головного ринку застосовується ціна на найсприятливішому ринку. Даний стандарт встановлює вимоги щодо розкриття інформації про класифікацію нефінансових активів та зобов'язань, які оцінюються за справедливою вартістю, по одному з трьох рівнів ієрархії справедливої вартості.

Інноваційні тенденції розвитку економіки зумовлюють інформаційно-технологічну орієнтацію вітчизняних підприємств. Новітнім технологіям в даному процесі належить пріоритетне місце. Однак особлива увага приділяється шляху надходження таких технологій, віддаючи перевагу власним розробкам у порівнянні з придбанням готових продуктів. Успішність процесу внутрішнього генерування результатів інноваційної діяльності залежить не лише від технічного та кадрового забезпечення, і від правильного відображення таких розробок в обліку. Так, складним залишається питання щодо витрат на дослідження та розробку. За US GAAP

такі витрати не підлягають капіталізації, тоді як П(С)БО та МСФЗ дозволяють їх капіталізацію, але лише на етапі розробки.

Проблемним питанням є виокремлення з усієї сукупності витрат, понесених у процесі створення нематеріальних активів, витрат, які формують собівартість таких активів. Значна частка серед понесених витрат відводиться на отримання документа, що засвідчує право власності на об'єкт інтелектуальної власності.

З метою достовірного визначення вартості оцінюваного об'єкта інтелектуальної власності керуються міжнародними стандартами оцінки майна. Міжнародним комітетом зі стандартів оцінки в 2011 році було запроваджено стандарт 210 «Нематеріальні активи» [8]. Варто зазначити, що зміни, які відбуваються, спрямовані на поглиблення міжнародної та міждисциплінарної гармонізації стандартів оцінки з міжнародними нормативно-правовими документами, зокрема з бухгалтерського обліку.

Відповідно до існуючих норм вітчизняного і зарубіжного законодавства та практичних досліджень, запропоновано алгоритм процедури оцінки нематеріальних активів (рис. 1), дотримання якого забезпечить одержання достовірних даних щодо вартості оцінюваних об'єктів, на основі яких формується звітність, відображаючи інформацію про фінансовий стан суб'єктів господарювання для внутрішніх та зовнішніх користувачів.

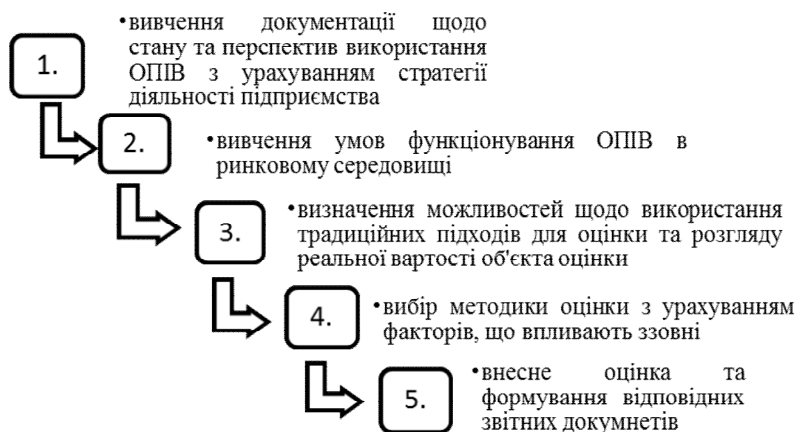


Рис. 1. Алгоритм процедури оцінки нематеріальних активів

Керуючись Національним стандартом України № 1 «Загальні засади оцінки майна та майнових прав» [5] виділяють три основні підходи до оцінки, серед них: дохідний підхід, витратний підхід та порівняльний підхід. Варто зазначити, що такі підходи мають рекомендаційний характер і в міжнародних стандартах оцінки.

В основі витратного підходу лежить принцип корисності та заміщення, а тому вартість витрат в ході створення та заміщення об'єктів оцінки розраховується в поточних цінах з подальшим коригуванням на амортизаційні відрахування.

Даний підхід відображає вартість нематеріальних активів за умови урівноваження попиту і пропозиції, тобто коли ринок перебуває в стані рівноваги. Звичайно, ринкова вартість при цьому частіше всього не збігається з вартістю, оціненою за витратним підходом, а однією з причин такої ситуації може виступати відсутність прямого зв'язку між витратами та корисністю.

Здебільшого витратний підхід застосовується: при розрахунку податку на майно; за умови поділу майна між власниками в судовому порядку; у випадку необхідності страхування певних складових майна; для цілей бухгалтерського обліку нематеріальних активів; за умови переоцінки нематеріальних активів; у випадку розпродажу майна на відкритих торгах.

На практиці досить часто застосовують порівняльний підхід, який полягає в порівнянні цін, за якими продавалися подібні активи, і, спираючись на цю інформацію, оцінюється сам нематеріальний актив. В основі даного підходу лежить принцип заміщення, керуючись яким покупець не буде платити за об'єкт більше, ніж вартість аналогічного об'єкта, доступного для придбання. Тобто, вартість аналогічних об'єктів виступає досить надійним видом вихідної інформації, яку застосовують у процесі розрахунку вартості певного об'єкта нематеріальних активів.

Назвемо необхідні умови для застосування порівняльного підходу:

- доступність інформації щодо цін, за якими здійснюються продажі, та фактичних умов, за якими відбуваються такі продажі;
- фіксування фактів продажів об'єктів аналогічного призначення та корисності на ринку;
- наявність аналітичної інформації щодо рівня впливу відмінних особливостей об'єктів-аналогів у порівнянні з оцінюваним об'єктом на рівень цін продажу.

Дохідний підхід виходить з принципу очікувань і проявляється шляхом перерахунку майбутніх грошових потоків, що формуються об'єктами інтелектуальної власності, в реальну вартість. Тобто, при існуванні реальної можливості отримання доходів від використання інтелектуальної власності застосовують дохідний підхід. Найпоширенішими методами дохідного підходу виступають метод дисконтованих прибутків та метод прямої капіталізації.

Результати оцінки нематеріальних активів, застосовуючи дохідний підхід, вважаються однозначними лише у разі наявності фактичних результатів поточного використання таких активів. Отже, лише при існуванні

нерозривного зв'язку між оцінюваними нематеріальними активами та іншими активами підприємства можливе достовірне визначення ринкової вартості нематеріальних активів через дохідний підхід.

Суттєвою складністю при здійсненні оцінки нематеріальних активів є виокремлення із загального грошового потоку, який формується на підприємстві, саме тієї частини, яка відображає результат використання безпосередньо оцінюваного нематеріального активу.

Варто зазначити, що для різних видів об'єктів інтелектуальної власності виділяють різні пріоритетні підходи до їх оцінки. Так, для оцінки патентів, технологій, торгових знаків, об'єктів авторського права, програмних продуктів та прав за франчайзингом доцільніше застосовувати дохідний підхід. Для оцінки кваліфікованої робочої сили, корпоративної практики та процедури, інформаційного програмного забезпечення, менеджменту та дистриб'юторських мереж першочерговим у застосуванні є витратний підхід.

Список використаних джерел:

1. Про охорону прав на винаходи та корисні моделі: Закон України від 15.12.1993р. № 3687-XII (зі змінами і доповненнями); [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3687-12> / - Назва з титул. екрана.
2. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12.07.2001р. № 2658-III (зі змінами і доповненнями); [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> /
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затв. наказом Міністерства фінансів України від 18.10.99 р. № 242 у редакції від 22.04.2011 р. зі змінами та доповненнями. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/an/16/REG4043.html#16.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження методики оцінки майна» від 10.12.2003 р. За № 1891, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1891-2003-p> / - Назва з титул. екрана.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» від 10 вересня 2003 р. №1440, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-p> / - Назва з титул. екрана.
6. Постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження Національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»: від 3 жовтня 2007 р. №1185, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-p> / - Назва з титул. екрана.
7. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 «Оцінка справедливої вартості» від 01.01.2013; [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_068 / - Назва з титул. екрана.
8. Proposed Revised International Valuation Standards / Staff Draft. - Issued 14 February 2010.

Анастасія Довгань, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник М.Є.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В даній статті розглянуто особливості організації обліку необоротних активів на сільськогосподарському підприємстві, проведено аналіз поглядів провідних вчених-економістів та наведено критичний аналіз законодавчих та нормативних актів з даного питання.

Однією із важливих умов стійкого збалансованого розвитку ринкових відносин в Україні є поступовий економічний підйом завдяки відродженню потенційно прибуткових галузей, серед яких особливе місце займає сільське господарство. Значний вплив глобалізаційних перетворень та інтеграційних процесів, високий рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських виробників, необхідність державної підтримки загострюють проблему ефективного управління фінансово-господарською діяльністю сільськогосподарських підприємств в Україні. Однак вдалі географічні та природно-кліматичні умови, значний досвід, майновий та кадровий потенціал створюють передумови для зростання економічних показників галузі.

Наразі можна стверджувати, що існує нагальна потреба в розв'язанні низки теоретичних і практичних проблем підвищення ефективного управління довгостроковим майном підприємств сільського господарства, що стає можливим зокрема через врахування галузевих особливостей їх функціонування при розробці відповідних теоретичних та організаційних положень організації бухгалтерського обліку необоротних активів.

Дослідженням питань організації обліку, організаційно-методологічних основ формування облікової політики підприємств в Україні присвятили наукові праці такі вітчизняні вчені, як Ф. Ф. Бутинець, О. П. Войналович Л. Л. Горецька, В. М. Діба, П. Є. Житний, М. В. Кужельний, А. М. Кузьмінський, С. О. Левицька, М. С. Пушкар, С. В. Свірко, Т. М. Сльозко, В. В. Сопко, І. І. Стеців, І. Л. Томашевська, Н. В. Чебанова, Т. Я. Чупир та ін.

Так, на думку В. В. Сопки, організація бухгалтерського обліку на підприємствах – це «система методів, способів та заходів, які забезпечують оптимальне функціонування такого обліку та подальший його розвиток» [8, с. 164].

Отже, організація обліку є системою, якій властиві принципи створення та функціонування, мета, завдання, етапи проведення та їх взаємозв'язок.

Вітчизняні вчені до принципів організації обліку відносять системність, комплексність, планованість, профілактику, розподіл праці, локалізацію інформації, дієвість бухгалтерії, методологічну незалежність, психологічний клімат, підпорядкованість загальній логіці управління економікою, доцільність наближення функції обліку до центрів прийняття рішень, делегування повноважень і відповідальності бухгалтерів, взаємодію різних видів обліку, цілісність та всебічність, субординацію й динамічність, адаптивність та ритмічність, паралелізм і пропорційність, ефективність, сумісність, гнучкість, системоутворюючі та випереджуючі відносини, безперервність. Ці принципи спрямовані на створення раціональної, ефективної системи обліку й отримання необхідної користувачам інформації про життєдіяльність підприємства, відрізняються від принципів ведення обліку та складання звітності, але спираються на них.

Однак у зв'язку з наявністю тенденції до зближення вимог податкового і бухгалтерського обліку (фактом якої є прийняття Податкового кодексу України у грудні 2010 р.) доцільно додати також принцип максимальної

узгодженості у питаннях оподаткування та бухгалтерського обліку, що може бути реалізовано в обліковій політиці сільськогосподарського підприємства. Наприклад можна обирати вартісний критерій розподілу основних засобів і малоцінних необоротних матеріальних активів, що затверджено в Податковому кодексі України [1, пп. 14.1.138].

Процес організації бухгалтерського обліку підпорядкований меті його функціонування, яка, у свою чергу, формується виходячи із інтересів користувачів інформації.

Мета бухгалтерського обліку необоротних активів, як відомо, полягає в наданні повної, правдивої та неупередженої інформації зовнішнім і внутрішнім користувачам про стан і рух основних засобів, нематеріальних активів, довгострокових фінансових інвестицій, довгострокової дебіторської заборгованості та інших видів необоротних активів у операційному, фінансовому, інвестиційному секторах діяльності сільськогосподарських підприємств для прийняття управлінських рішень. Вона визначає напрями організації обліку.

Вітчизняні вчені по-різному формують етапи, напрями, процедури організації обліку.

Так, на думку М. В. Кужельного, С. О. Левицької [6, с. 3], Т. М. Сльозко [9, с. 16], до напрямів організації бухгалтерського обліку потрібно відносити методичний, технічний, організаційний (або адміністративно-організаційний).

П. Є. Житний визначає організаційний, підготовчий етапи, визначення зовнішніх умов, явищ і процесів, які впливають на розробку облікової політики, вибір елементів облікової політики, розробку порядку інформаційного забезпечення процесу формування облікової політики та заключний етап [4, с. 17; 5, с. 7]. Дійсно, такі наукові погляди допомагають розуміти процеси, етапи, напрями організації обліку.

С. В. Свірко вважає, що основними складовими організації бухгалтерського обліку є організація розвитку бухгалтерського обліку, організація його забезпечення, організація технології облікового процесу, організація роботи працівників-обліковців [7, с. 6]. На думку автора, така позиція є найбільш повною, чіткою та вмотивованою. Через це такі напрями потребують розкриття за питанням організації бухгалтерського обліку необоротних активів на сільськогосподарських підприємствах (рис. 1).

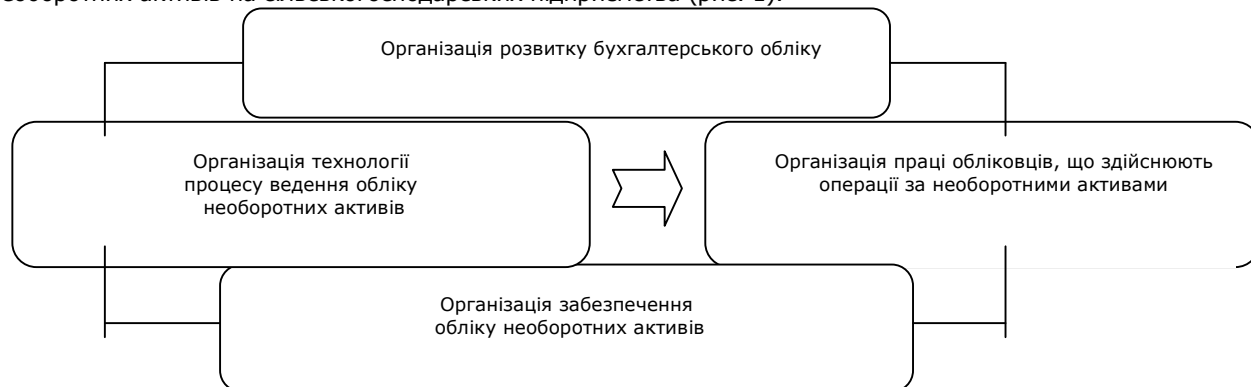


Рис. 1. Складові організації обліку необоротних активів сільськогосподарських підприємств з урахуванням досліджень С. В. Свірко

За результатами проведеного наукового дослідження, отриманих нами висновків, вивчення практики обліку на сільськогосподарських підприємствах потребують вдосконалення такі складові, як:

- 1) організація технічного забезпечення обліку необоротних активів;
- 2) організація технології обліку необоротних активів;
- 3) організація діяльності обліковців в межах обліку необоротних активів.

Щодо формування облікової політики підприємства зазначимо, що відповідно до п. 5 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" керівництво сільськогосподарського підприємства самостійно визначає облікову політику за погодженням з власником (власниками) або уповноваженим ним органом (посадовою особою) відповідно до установчих документів.

Оскільки облікова політика являє собою сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [2, ст. 1], то її затвердження, наприклад у формі наказу керівника необхідний крок до створення належної системи обліку, зокрема необоротних активів.

Вітчизняні вчені визначають рекомендовану структуру наказу про облікову політику підприємства. Крім того, існують офіційні роз'яснення щодо формування облікової політики та методичні рекомендації.

Проте процес розробки облікової політики на сільськогосподарських підприємствах щодо обліку необоротних активів має особливості, які пов'язані зі специфікою сільськогосподарського виробництва; з технологічними особливостями, з розгалуженою організаційною структурою підприємства. Крім того, існують також і зовнішні чинники, які не дають змоги використовувати приклади наказів про облікову політику, що пропонуються вченими, серед яких вагомим об'єктивним чинником є постійна зміна законодавства з питань обліку та оподаткування.

У наказі про облікову політику потрібно розкрити, в який спосіб нараховувати амортизацію необоротних активів, порядок проведення переоцінки та відображення витрат на технічні огляди відповідно до законодавства України.

Формування облікової політики сільськогосподарського підприємства включає розробку робочого плану рахунків, зокрема у частині обліку необоротних активів, тобто визначення рахунків першого порядку, а також аналітичних рахунків (другого — четвертого порядків).

При організації обліку необоротних активів особливої уваги потребує організація документування операцій з ними, зокрема через визначення облікових номенклатур. Вони являють собою перелік господарських фактів про використання довгострокових активів у процесі господарської діяльності, які мають бути відображені у бухгалтерському обліку та визначають носії облікової інформації, одиниці виміру, кількість примірників первинних документів. Документи мають бути затверджені головним бухгалтером, наприклад як складова наказу про облікову політику підприємства, та передані для ознайомлення посадовим особам підприємства, які мають право підпису первинних документів з обліку необоротних активів.

Вітчизняні вчені висловлюють думку про недосконалість існуючого законодавства, підкреслюють неможливість створення повністю електронного документообігу в сучасних умовах. Так, на думку Ф. Ф. Бутиця, І. Л. Томашевської, О. П. Войналович "... проблемним є доведення цілісності та правильності електронного документа, оскільки на сьогодні відсутні нормативні акти, які визначають порядок обробки, створення, передачі, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів" [3, с. 236].

Дійсно, існуючі вимоги законодавства про електронну форму документа потребують доопрацювання, проте вважаємо, що електронний документообіг можливий тільки для внутрішніх первинних документів з обліку необоротних активів сільськогосподарських підприємств. Наприклад для обліку основних засобів з неостаточно встановленим терміном експлуатації до паперової форми відносимо зовнішні первинні документи (ф. № ОЗ-1, ОЗ-2). Натомість формування внутрішніх первинних документів (розрахунок амортизаційних відрахувань (пропонуємо), акт переоцінки основних засобів, акт зменшення корисності, ф. № ОЗ-3) можна здійснювати повністю в електронній формі з наданням документу юридичної сили через формування електронних підписів відповідальних (посадових) осіб підприємства.

Отже, можна дійти висновку, що для обліку необоротних активів характерна змішана синхронна паперово-електронна система первинних документів, у якій є можливість створювати повністю електронний документообіг тільки для внутрішніх первинних документів. Для створення зовнішніх первинних документів виключно в електронному форматі існуюча законодавча база потребує вдосконалення, а саме: уточнення вимог до організації їх електронного документообігу, відповідальності за їх втрату, порядок застосування і поновлення електронного підпису тощо.

Список використаних джерел:

1. Податковий Кодекс України, затверджений Верховною Радою 04.12.2013 № 2755-VI, із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.liga.net/l_doc2.nsf/alldoc;
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV : [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
3. Бутиця Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: [підручник] / Ф. Ф. Бутиця, О. П. Войналович, І. Л. Томашевська; за ред. Ф. Ф. Бутиця. — 4-те вид., доп. і перероб. — Житомир: ПП "Рута", 2006. — 528 с.
4. Житний П. Є. Організаційно-методологічні аспекти облікової політики фінансово-промислових систем: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спеціальність 08.00.09 — Бухгалтерський облік, аналіз та аудит / П. Є. Житний. — К.: КНЕУ, 2009. — 37 с.
5. Житний П. Організаційно-методологічні основи формування облікової політики підприємства / П. Житний // Бухгалтерський облік і аудит. — 2006. — № 3. — С. 3—10.
6. Кужельний М. В. Організація обліку: підручник. / М. В. Кужельний, С. О. Левицька. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
7. Свірко С. В. Організація бухгалтерського обліку в бюджетних установах: [навч. посібник] / С. В. Свірко. — К.: КНЕУ, 2003. — 380 с.
8. Сопко В. В. Бухгалтерський облік: [навч. посібник] / В. В. Сопко. — 3-тє вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 578 с.
9. Сльозко Т. М. Організація обліку: [навч. посібник] / Сльозко Т. М. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 224 с.

Оксана Курилюк, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Скрипник М.Є.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В даній статті розглянуто особливості організації обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами підприємства, а також проведено аналіз нормативної бази та спеціальної літератури із зазначеного питання.

Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від раціонального використання такого його важливого економічного ресурсу яким є оборотні активи, опрацювання науково-обґрунтованих підходів до їх планування, оптимізації їх структури та руху у господарській діяльності, пошуку джерел їх поповнення. В умовах ринкового середовища суттєво підвищуються економічні наслідки діяльності суб'єктів господарювання, викликані управлінськими помилками. Запорукою уникнення таких похибок в межах всієї системи управління в цілому та в сегменті управління оборотними активами є застосування сучасних моделей та інструментів менеджменту, результативність якого безпосередньо пов'язана з розбудовою дієвої підсистеми обліково-аналітичного забезпечення вказаним об'єктом.

Поєднання практичного дослідження оборотних активів на основі аналізу статистичних даних та показників фінансової звітності підприємств України, визначило проблематику управління оборотними активами та напрями обліково-аналітичної роботи, направленої на вирішення вказаних проблем, і засновану на відповідному комплексі методичного інструментарію.

На сьогоднішній день, як свідчить аналіз нормативної бази та огляд спеціальної літератури, тематика обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами, на жаль, багатьма авторами не розглядалася, або розкрита частково. Ряд публікацій розкривають питання удосконалення обліку, аналізу та аудиту оборотних активів, у яких досліджуються численні питання реформування бухгалтерського та управлінського обліку, аудиту, побудови ефективного інструментарію економічного аналізу.

Так, питання обліково-аналітичного забезпечення оборотними активами різних напрямів діяльності підприємства досить ґрунтовно розглядається у наукових роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Т.М. Безродної, І.А. Бланка, Ф.Ф. Бутиця, Л.В. Гнилицька, Г.Г. Кірейцева, Н.А. Тичининої. При цьому, якщо вважати це поняття як узагальнення бухгалтерського обліку та аналізу, то можна стверджувати, що всі науковці у цій галузі є дослідниками обліково-аналітичного забезпечення.

Однак, сьогодні особливого практичного значення набувають питання комплексного перетворення обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами відповідно до вимог сучасних концепцій управління. Від правильності постановки обліку та аналізу оборотних активів, контролю за їх рухом на мікрорівні з урахуванням галузевих особливостей залежить формування багатьох економічних показників, до числа яких належать показники собівартості, прибутку і рентабельності виробництва. Від того, наскільки раціонально побудована система обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами на підприємстві, наскільки об'єктивно вона відображає його господарську діяльність, пов'язану з рухом капіталу, залежить процес ефективного управління підприємством в сучасних умовах.

Проведений економіко-правовий аналіз нормативної бази з питань організації обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством дозволяє відзначити, що дана система вимагає постійного пошуку прогресивних технологій обліку та аналізу для їх вирішення.

Як зазначає В.П. Савчук «Процес реформування фінансового управління на вітчизняному підприємстві слід починати з фундаментальних задач: побудувати фінансовий та управлінський облік, на їх основі навчитись діагностувати стан підприємства ...» [5]. Саме цим автором було піднято та запропоновано сучасні підходи до вирішення проблем управління підприємством, та безпосередньо оборотними активами, які забезпечують життєздатність компанії.

Обліково-аналітичне забезпечення оборотних активів у вітчизняній методиці аналізу є частиною аналізу фінансового стану підприємства. Нормативне забезпечення аналізу в Україні представлено наступними нормативними документами: Наказ «Про затвердження Методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій» № 81 від 27.06.97; Наказ «Про затвердження Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» № 22 від 23.02.98; Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств» від 28.07.2006; Наказ «Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації» № 49/121 від 26.01.2001.

У цих документах визначено загальні поняття фінансового аналізу, наведено систему коефіцієнтів, за якими слід проводити аналіз фінансового стану підприємства. Ці ж документи містять у собі загальні положення аналізу оборотних активів, у частині впливу їх на фінансовий стан підприємства. Для проведення ефективного фінансового аналізу оборотних активів, слід здійснювати більш ґрунтовне дослідження, з використанням провідних методик, адаптованих до сучасних економічних та управлінських вимог.

Для визначення сутності поняття «обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами» необхідно провести економіко-правовий аналіз нормативної бази та огляд спеціальної літератури, та синтезувати їх у загальну систему обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами підприємства.

Згідно загальної теорії систем, система – комплекс взаємодіючих компонентів – ряд понять організованих об'єктів. Теорія систем є фундаментальною міждисциплінарною наукою, яка є інструментом для більшості галузей знань у побудові складних наукових механізмів. Саме її основи повинні стояти у підґрунті кожної сучасної концепції управління.

Для формування теоретичної основи системи обліково-аналітичного забезпечення проведемо дослідження різних наукових підходів до цього поняття, і визначимо вірну комбінацію її елементів.

За результатами економіко-правового аналізу нормативної бази та огляду спеціальної літератури з питань оборотних активів можна стверджувати, що обліково-аналітична система у широкому розумінні – це система, яка базується на бухгалтерській інформації, що включає в себе оперативні дані і використовує для економічного аналізу статистичну, технічну, соціальну та інші види інформації. В широкому розумінні обліково-аналітична система – збір, обробка та оцінка усіх видів інформації, що використовується для прийняття управлінських рішень на мікро- і макрорівнях.

Н. Голячук визначає поняття обліково-аналітичного забезпечення як «...здійснення облікових та аналітичних процедур у режимі реального часу, виявлення відхилень від запланованих показників і використання отриманих результатів для управлінських рішень» [2]. Це визначення, є досить широким однак не включає процес контролю за здійсненням управлінських рішень.

Г.О. Скрипник визначає поняття обліково-аналітичного забезпечення як систему, що базується на даних бухгалтерського обліку, включаючи оперативні дані і використовує для економічного аналізу статистичну, виробничу, довідкову та інші види інформації [6]. Саме ототожнення з системою є правильним у формулюванні цього поняття. Однак, дискусійним є питання використання в цій системі лише інформації бухгалтерського обліку, тому що до цієї системи слід включати і прогностичні дані, і показники контролю та аналізу.

Т.М. Безродна характеризує обліково-аналітичне забезпечення, як процес підготовки обліково-аналітичної інформації, забезпечення її кількості та якості [1]. Вочевидь, це визначення є дещо вузьким, так як визначає лише інформаційну функцію обліково-аналітичного забезпечення.

Г.В. Мисака визначає це поняття як інтегровану систему способів забезпечення ефективного функціонування організації [3]. Таке визначення дає можливість оцінити значення обліково-аналітичного забезпечення у діяльності підприємства, і визначити його як систему, однак не розкриває способів її реалізації.

Досить вдалою та ґрунтованою є думка Н.А. Тичиніної, що обліково-аналітичне забезпечення являє собою єдність систем обліку, аналізу і аудиту, об'єднаних інформаційними потоками для управління економічними процесами при виборі (або реалізації) напрямів стійкого розвитку і варіантів їх фінансування [7]. У цьому визначенні до обліково-аналітичного забезпечення включено аудит, що дозволяє розглядати його як цілісну систему управління підприємством, з можливістю оцінки прийнятого управлінського рішення та контролю за його виконанням.

Майже усі автори спираються на те, що аналогом обліково-аналітичного забезпечення є інформація, це досить дискусійне питання було піднято у дисертаційному дослідженні О.О. Ребежі на тему: «Обліково-аналітичне забезпечення бюджетування витрат на газотранспортних підприємствах», в якому було визначено, що однією з теоретичних проблем визначення обліково-аналітичного забезпечення є досить часте отождолення цього поняття з обліково-аналітичною інформацією, що є теоретично не коректним [4]. Так, О.Г. Скрипник, у своєму дисертаційному дослідженні на тему «Обліково-аналітичне забезпечення виробничого менеджменту сільськогосподарського підприємства», використовує поняття обліково-аналітична інформація, як синоніми [6].

В той же час, в Законі України «Про інформацію» дано таке визначення інформації. Інформація - задокументовані або публічно розголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та оточуючому природному середовищі. Тому, не доцільно обмежувати обліково-аналітичне забезпечення лише інформацією, яка є засобом, що використовується у цій системі, але і є продуктом цієї системи.

Отже, економіко-правовий аналіз нормативної бази та спеціальної літератури показав, що обліково-аналітичне забезпечення - це система, яка може забезпечити підвищення показників діяльності підприємства та намітити заходи по уникненню та виходу з кризових ситуацій.

В свою чергу, обліково-аналітичне забезпечення управління оборотними активами підприємства - цілісна інформаційна система, що об'єднує методи і технології фінансового, управлінського та оперативного обліку і аналізу фінансово-господарської діяльності, з метою підвищення ефективності використання оборотних активів підприємства. Визначення цього поняття відображає теоретичне уявлення про систему обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами, однак для ґрунтовного розкриття та можливості прикладного її використання, необхідно визначити її функції та завдання, механізм дії та узгодити його з зовнішніми та внутрішніми факторами, що на неї впливають. Зважаючи при цьому на те, що дана система функціонує у загальній системі управління підприємством, і діє під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, а також попередньо прийнятих управлінських рішень.

При цьому, вказана система діє з метою виконання наступних завдань: узгодження облікових даних, згідно міжнародних стандартів обліку; підвищення ефективності бухгалтерського обліку операцій з оборотними активами; вибір економічно обґрунтованої та ефективної системи оцінювання оборотних активів; проведення аналізу ефективності використання оборотних активів; організація та проведення нормування оборотних активів підприємства.

Таким чином, аналіз нормативної бази та спеціальної літератури свідчить, що система обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами підприємства є цілісною, складається з мети, предмету, завдань та функцій, що поєднано особливостями зовнішніх та внутрішніх умов господарювання об'єкта дослідження, та направлена на вирішення нагальних проблем управління оборотними активами підприємства. Усі складові системи пов'язані між собою і формують індивідуальну систему управління оборотними активами окремого суб'єкта господарювання, впровадження якої допомагає вирішити одні із найскладніших питань сучасного менеджменту.

Рушійною силою будь-якої системи є економічний механізм її функціонування, який формує уявлення про способи, прийоми та інструменти її створення. Дослідження наукової літератури показало, що найчастіше використовується поняття «економічний механізм підприємства», яке об'єднує підсистеми з економічної стратегії підприємства.

Список використаних джерел:

1. Безродна Т.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: визначення сутності поняття / Т.М. Безродна // [електронний ресурс]: <http://archive.nbuv.gov.ua>. - 2011
2. Голячук Н. Обліково-аналітичне забезпечення як важлива складова управління підприємством / Н. Голячук // Економічний аналіз. - 2010. - вип. 6. - С. 408-410
3. Мисака Г.В. Бухгалтерський облік: Навч. Пос. / Г.В. Мисака, В.М. Шарманська// — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 400 с.
4. Ребежа О.О. Учетно-аналитическое обеспечение бюджетирования расходов на газотранспортных предприятиях: автореф. дис. на получение научной степени канд. экон. наук: спец. 08.00.12 / О.О. Ребежа - ГОУ ВПО «Сургутский государственный университет ХМАО –ЮГРА». - Сургут: 2011
5. Савчук В. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент / В. Савчук / — К.: Companion Group, 2008 — с. 880
6. Скрипник Г.О. Обліково-аналітичне забезпечення виробничого менеджменту сільськогосподарського підприємства : автореф. дис. на получение науч. степ. канд. экон. наук: спец. 08.06.04 / Г.О. Скрипник// — К., 2005. — 218 с.
7. Тичиніна Н.А. Теоретическое обоснование содержания учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия. / Н.А. Тичиніна // Вестник ОГУ. - №2. - февраль 2009. - с. 102-107

Мар'яна Лабачук, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А. Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРЯМИЙ ТА НЕПРЯМИЙ МЕТОД ЗАПОВНЕННЯ ЗВІТУ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Автор розкриває сутність грошових коштів та висвітлює форми фінансової звітності, в яких відображається інформація про грошові потоки підприємства. Особливу увагу в статті приділено Звіту про рух грошових коштів, зіставляючи два методи його складання: прямий та непрямий.

Кризова ситуація в економіці країни, курсові коливання, які тільки ускладнюють господарсько-розрахункові відносини між господарюючими суб'єктами, загострюють конкуренцію, посилюють податкове навантаження і як наслідок, складність утримувати в довгостроковій перспективі належний рівень фінансової стійкості. Саме за таких обставин зростає потреба серед підприємств генерувати грошові потоки, які б забезпечували належні умови самофінансування та підтримання нормального рівня «життєдіяльності». Досягнення подібної цілі на пряму залежить від дієвості та обґрунтованості рішень оперативного, тактичного та стратегічного спрямування у сфері регулювання грошовими коштами та їх рухом.

Розкриттям економічної природи грошових коштів та систематизації їх у обліковій системі було предметом дослідження чималої групи науковців, серед яких варто відмітити: Л. О. Баластрик, А. С. Бакаєв, Ф. Ф. Бутинець [1], В. Ф. Гарбузов [7], А. С. Гальчинський, М. С. Пушкар [5], Н. М. Ткаченко [6], Г. Г. Кірейцев [3], Дж. К. Ван Хорн [2] та багато інших вчених.

Слід відмітити, що науковці різносторонньо підходять до трактування поняття «грошові кошти». Однак єдиним, що їх об'єднує виступають визнана матеріальна база, за яку обирають «гроші», «кошти», «знаки», «засоби» і місце зберігання – на рахунках в банку та в касі підприємства.

В більшості випадків економічна література визначає «грошові кошти» як засоби, що зберігаються та рухаються в національній економіці, у безготівковій та готівковій формах та одночасно виконують функції засобів платежу, обігу та нагромадження (накопичення).

Цікавим для розуміння є розкриття поняття «грошові активи» з позиції бухгалтерського обліку, як одного з його об'єктів. З цією метою схематично розкриємо процес створення грошових активів в системі бухгалтерського обліку (рис.1).

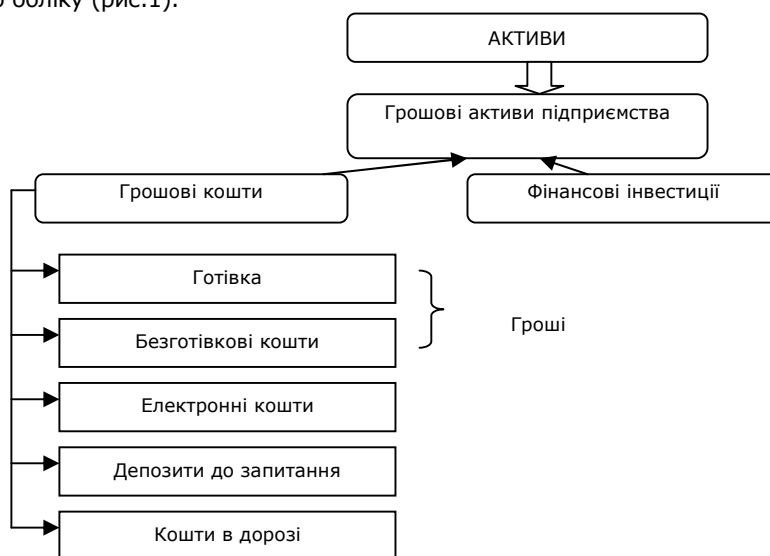


Рис.1. Структурні складові «грошових активів» як категорії бухгалтерського обліку

З рис.1. видно, що готівка та безготівкові кошти в своїй сукупності є елементами загального поняття «гроші». Додавання до них решта видів (електронні кошти, депозити до запитання, кошти в дорозі) і створюють змістове наповнення «грошових коштів» як облікового об'єкту.

В системі управління важливу роль відіграє фінансова звітність, яка є головним інформаційним джерелом про наявність грошових коштів та їх рух в розрізі видів діяльності: операційної, фінансової та інвестиційної.

Більш детальніше вивчення інформаційного віддзеркалення інформації про рух грошових коштів у звітності дозволило систематизувати основні форми фінансової звітності із зазначенням відповідних статей (табл.1).

Таблиця 1

Розміщення інформації про грошові кошти у формах фінансової звітності

№ з/п	Форма звітності	Призначення	Статті із інформацією про грошові кошти та їх рух
1	Баланс (Звіт про фінансовий стан)	Надання інформації про фінансовий стан підприємства на певну дату	II розділ активу «Оборотні активи»: рядок 1165 «Гроші та їх еквіваленти», яка деталізована на: 1166 «Готівка» - кошти в касі (сальдо 30 рахунка) 1167 «Рахунки в банках» - грошові кошти на рахунках в банку (сальдо 31 рахунку)
2	Звіт про рух грошових коштів	Надання користувачам інформації про стан і зміну протягом звітного періоду грошових потоків підприємства в результаті ведення господарської діяльності	Містить інформацію про рух грошових коштів від: - операційної діяльності (р.3000-3195); - інвестиційної діяльності (р.3200-3295); - фінансової діяльності (р.3300-3395). Окремо зазначається залишок коштів на початок (р.3405) і кінець (р.3415) року
3	Примітки до річної фінансової звітності	Розкриття інформації, не відображеної в основних формах фінансової звітності, але котра має важливе значення для користувачів	VI розділ «Грошові кошти»: рядок 640 «Каса»; рядок 650 «Поточний рахунок у банку» рядок 660 «Інші рахунки в банку» рядок 670 «Грошові кошти в дорозі» рядок 680 «Еквіваленти грошових коштів»

Для інформування систему управління про грошові кошти та їх рух обирають найчастіше найбільш деталізовану та спеціалізовану звітну форму – Звіт про рух грошових коштів, який складається відповідно до вимог НП(С)БО 1 [4].

Головним поняттям даного звіту є «рух грошових коштів», іншими словами це надходження та вибуття грошових коштів та їх еквівалентів, які в обліковому аспекті градуються за трьома видами діяльності (табл.2).

Таблиця 2

Рух грошових коштів за видами діяльності

Види діяльності	Рух грошових коштів	
	Надходження	Вибуття
Операційна	- від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг; - інші, що не пов'язані з інвестиційною та фінансовою діяльністю	- виплата заробітної лати, винагород; - платежі постачальникам, іншим кредиторам; - оплата інших операційних витрат
Інвестиційна	- від реалізації необоротних активів, фінансових інвестицій, інших довгострокових активів; - надходження відсотків, дивідендів; - інші	- оплата вартості придбання чи будівництва необоротних активів; - оплата за придбані фінансові інвестиції; - надання позик; - інші
Фінансова	- від випуску і продажу акцій власної емісії; - отримання кредитів, позик; - інші	- викуп акцій власної емісії; - повернення кредитів, позик; - виплата дивідендів, відсотків; - інші

Згідно з МСФЗ 7 для підготовки звітності про рух грошових коштів від операційної діяльності може використовуватися два методи – непрямий і прямий. Ці методи відрізняються між собою повнотою представлення даних про грошові потоки підприємства. При прямому методі розкриваються основні валові грошові надходження і вибуття, при непрямому методі чистий прибуток або збиток коригується з врахуванням операцій негрошового характеру відстрочок, нарахувань минулих років, майбутніх надходжень або платежів, статей доходів і витрат, пов'язаних з інвестиційною і фінансовою діяльністю.

В Україні, відповідно до НП(С)БО 1 [4], застосовується як непрямий так і прямий метод.

Непрямий метод заснований на аналізі статей Балансу і Звіту про фінансові результати. Розрахунок чистого руху коштів підприємства здійснюється за видами господарської діяльності і підприємства в цілому. Непрямий метод дозволяє показати взаємозв'язок між різними видами діяльності підприємства, чистим прибутком і змінами в активах підприємства за звітний період.

Використання непрямого методу розрахунку руху грошових коштів дозволяє визначити потенціал формування підприємством основного внутрішнього джерела фінансування свого розвитку – чистого грошового потоку від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, а також виявити динаміку всіх факторів, які впливають на його формування та управління підприємством.

Прямий метод спрямований на отримання даних, які характеризують як валовий, так і чистий грошовий потік підприємства у досліджуваному періоді. Цей метод, заснований на аналізі руху грошових коштів на рахунках підприємства, дозволяє показати основні джерела притоку і напрями відтоку грошових коштів. Він дає можливість робити оперативні висновки відносно достатності засобів для здійснення платежів за поточними зобов'язаннями, встановлює взаємозв'язок між реалізацією і грошовою виручкою за досліджуваний період.

В міжнародній практиці переважає прямий метод, який дозволяє отримати більш повну уяву про рух грошових коштів (табл. 3).

Таблиця 3

Порівняння прямого і непрямого методу складання Звіту про рух грошових коштів по відношенню до видів діяльності

Грошові потоки за видами діяльності	Прямий метод	Непрямий метод
Грошові потоки від операційної діяльності	Грошові потоки, що отримані від покупців	Коригування прибутку підприємства
	Виплати постачальникам і персоналу	Амортизація
	Сплачені відсотки	Грошові потоки від використання поточних активів і операційних поточних зобов'язань:
	Виплачені податки	- дебіторської заборгованості;
	Чистий грошовий потік від операційної діяльності	- товарно-матеріальних запасів;
		- витрат майбутніх періодів;
		- податкових платежів;
		- кредиторської заборгованості;
Грошові потоки від інвестиційної діяльності	Збільшення вартості основних засобів	-
	Виплати по довгостроковим інвестиціям	
	Чистий грошовий потік від інвестиційної діяльності	
Грошові потоки від фінансової діяльності	Збільшення короткострокових кредитів	
	Збільшення довгострокових кредитів	
	Виплачені дивіденди	
	Чистий грошовий потік від фінансової діяльності	
	Збільшення (зменшення) грошових коштів та їх еквівалентів	

Використання Звіту про рух грошових коштів за непрямим методом не спрощує процес його складання і не дає необхідної інформації про реальні грошові потоки, які утворюються в процесі операційної діяльності.

Практично процес складання Звіту про рух грошових коштів за непрямим методом ускладнюється деякими методичними неточностями, недосконалістю його побудови та зайвими коригуваннями. З іншого боку є і позитивні сторони. Застосування непрямого методу при розрахунку руху коштів від операційної діяльності демонструє взаємозв'язок всіх фінансових звітів і не потребує спеціальної адаптації інформаційної системи для забезпечення додатковою інформацією, проте дає тільки наслідок, кінцевий результат і не відображає дійсні позитивні та негативні грошові потоки. На нашу думку, застосовуючи непрямий метод при складанні Звіту про рух грошових коштів, ми не бачимо і не маємо можливості прослідкувати дійсний вплив певних факторів на процес утворення грошових потоків.

Якщо проаналізувати застосування прямого методу складання Звіту про рух грошових коштів, можна дійти висновку, що хоча він вважається складнішим за непрямий метод, але він дає можливість отримати корисну інформацію для оцінки майбутнього руху грошових коштів. Рух грошових коштів від інвестиційної та фінансової діяльності подається у Звіті за прямим методом з розкриттям основних видів грошових надходжень і грошових виплат, що стосуються кожного з цих видів діяльності. Як показує практика більшість вітчизняних підприємств, з огляду на переваги та простоту застосування, обирають прямий метод для складання Звіту про рух грошових коштів.

Список використаних джерел:

1. Бухгалтерський фінансовий облік : підруч. / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ЖІТІ, 2010. – 608 с.
2. Ван Хорн Д.К. Основы управления финансами / Д.К. Ван Хорн; пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 800 с.
3. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / За ред. проф. Г.Г. Кірейцева. – К. : ЦУЛ, 2012. – 496 с.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 Загальні вимоги до фінансової звітності [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
5. Пушкар М. С. Фінансовий облік : підруч. / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-бланш, 2010. – 628 с.
6. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України : підруч. / Н.М.Ткаченко. – К. : А.С.К., 2011. – 784 с.
7. Финансово-кредитный словарь / ред. В. Ф. Гарбузов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – Т. 1 : А - Й. – 2004. – 511 с.

Інга Лукашук, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. - Машталяр Г.П.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В статті розкриті системи калькулювання витрат, які можуть бути застосовані на підприємствах торгівлі.

Від ефективного управління витратами залежить конкурентоспроможність і прибутковість будь-якого підприємства. В сучасних умовах підприємствам торгівлі необхідне відповідне інформаційне забезпечення управління. Така система має поєднувати новітні методи обліку, аналізу, нормування, планування і контролю та забезпечувати прийняття ефективних управлінських рішень. Для вирішення цих проблем управління витратами необхідне застосування не тільки бухгалтерського але і управлінського обліку.

Питання управлінського обліку витрат розглядаються в працях вітчизняних та зарубіжних авторів М.Т. Білухи, Ф.Ф. Бутинця, С.В. Голова, О.П. Півнюка, Ю.А. Вериги, В.І. Блонської, Л.В. Нападовської, Є.В.Мниха, Н.М. Ткаченко, І.О. Бланка, Н.М. Ушакової, А.Н.Соломатіна, В.Б. Івашкевича, Я.В. Соколова, А.А. Мазазаракі, Дж. Б. Куінна, Г.Мінцберга.

Але, здебільшого, наукові дослідження присвячені теоретичним питанням розкриття управлінського обліку витрат в промислових підприємствах. Питання управлінського обліку витрат на підприємствах торгівлі висвітлені не достатньо.

Управлінський облік, в першу чергу, виконує задачі оперативного управління результатами фінансово-господарської діяльності та цим забезпечує його існування на ринку. Схема управління витратами підприємства наведені на рисунку 1.

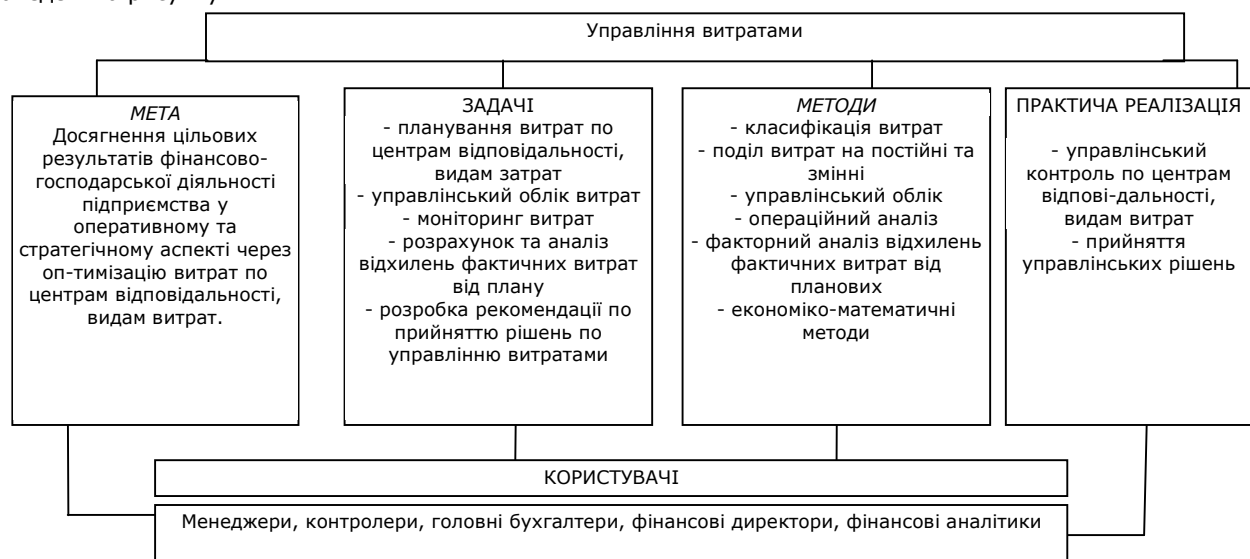


Рис.1. Схема управління витратами

Для вирішення задач управління витратами необхідна відповідна класифікація витрат торговельних підприємств, а також застосування методів калькулювання собівартості, які використовуються у світовій практиці.

В літературних джерелах існують різні підходи класифікації витрат. Для підприємств торгівлі класифікація наведена тільки у методичних рекомендаціях для торговельної діяльності, але вона не може задовольняти різноманітні потреби управління, які залежать від індивідуальних умов господарської діяльності підприємств роздрібної торгівлі. За думкою Вериги Ю.А. з метою внутрішнього управління номенклатура статей витрат повинна встановлюватися кожним підприємством самостійно та ставити за мету організацію внутрішнього інформаційного забезпечення, створювати умови для підвищення ефективності господарювання торговельного підприємства [1].

Найбільш обґрунтованою та приближеною до потреб практичної діяльності торговельних підприємств є класифікація наведена А.А. Мазаракі [2, с.376-380]. До основних класифікаційних ознак автора відносяться поділ витрат: за економічним характером; за метою обліку і планування; за підгалузями (ланками) торгівлі; за торговельно-технологічними операціями; за окремими видами діяльності; за об'єктами калькулювання; за характером віднесення витрат на об'єкти калькуляції; залежно від виду ресурсів, споживання яких призводить до витрат; за ступенем однорідності; залежно від часу одержань результатів від витрат; залежно від порядку віднесення витрат на витрати обігу конкретного підрозділу; за ступенем доцільності й економічної віддачі; для обґрунтованого контролювання; залежно від методу оцінки витрат; залежно від ступеня реагування на зміну обсягів товарообігу. Дана класифікація дозволяє підвищити ефективність управлінського обліку витрат підприємств торгівлі.

Згідно аналізу літературних джерел, існує думка, що підприємства торгівлі не потребують методів калькулювання собівартості товарів. Однак, для підприємств торгівлі, як і для промислових підприємств, питання калькулювання витрат є надзвичайно важливим. Об'єктивно визначена собівартість товарів, собівартість замовлення, виходячи з сучасних умов ринкової економіки та потреб підприємств і торгівлі, дозволить простежити економічні причини виникнення цільового результату від здійснення торговельної діяльності підприємства та зробити суттєві передумови для прийняття адекватних управлінських рішень. На підприємствах торгівлі доцільно формувати собівартість товарів за допомогою методів, представлених системою управлінського обліку: попроцесний, позамовний, стандарт-кост, директ-кост.

Найбільш вживаними є попроцесний та позамовний методи. Через те, що позамовний метод ґрунтується на обчисленні витрат до кожного замовлення, зокрема, його доцільніше застосувати на підприємствах, які здійснюють продаж товарів великими партіями. Це дає можливість проаналізувати прибутковість того чи іншого конкретного замовлення, а також він наочно показує збільшення вартості товару в процесі проходження ним усіх стадій від постачальника до покупця.

На думку О.П. Півнюка [3], облік за повною собівартістю або ж абсорбшн-костинг, в управлінському обліку, доцільно проводити не стільки за фактичною собівартістю, скільки за плановою. Внесення в систему управлінського обліку цього методу дасть змогу оперативно виявляти та реагувати на відхилення, які виникли внаслідок проведеної фінансово-господарської діяльності. Облік за фактичною собівартістю заслуговує на особливу увагу, адже він найбільше наближений до вимог чинного податкового законодавства.

Найбільш практичний та найпростіший метод калькуляції для підприємств торгівлі, це облік за скороченою собівартістю або ж директ-костинг. Система директ-костингу для підприємств торгівлі дає можливість проводити ефективну політику цін. Традиційні методи ціноутворення в нашій країні донедавна ґрунтувалися на повній фактичній собівартості, що не могло забезпечити ефективне функціонування підприємства на ринку. В сучасних умовах у ціноутворенні потрібно враховувати насамперед фактори, які відносяться до попиту, а не до пропозиції. Позитивним у застосуванні для калькулювання системи директ-костинг є те, що вона дозволяє проводити розрахунок і вибір різноманітних комбінацій ціни на товар і обсягів його реалізації.

Перспективним є калькуляція за видами діяльності, або ж АВС. В цьому методі наголошується на так званих драйверах (споживачах) витрат за кожним видом діяльності підприємства (замовлення, транспортування). Це дає можливість визначити які зміни відбудуться в потребах в ресурсах, якщо вони вирішать якимось чином змінити діяльність або просто певні процеси в ній.

Визначення собівартості продукту або послуги, яка ґрунтується на ціні, яку покупці бажають сплачувати, це метод таргет-костинг. Така система калькулювання дозволяє формувати собівартість товарів і водночас управляти витратами ще на етапі планування. Крім того, таргет-костинг дозволяє зосередити увагу менеджерів як на зовнішніх так і на внутрішніх факторах [3].

Отже, з метою об'єктивного визначення собівартості товарів для підприємств торгівлі можна застосовувати окремі системи калькулювання або поєднувати їх. Поєднання таких систем калькулювання, як таргет-костинг - дозволяє формувати собівартість товарів і одночасно управляти витратами ще на етапі планування; АВС-калькулювання - дозволяє проводити функціональну декомпозицію основної діяльності підприємства та ставити у відповідність до кожної робочої операції її вартість; та директ-костинг - дозволяє формувати собівартість товарів лише на основі змінних витрат, які безпосередньо пов'язані із проведенням основної діяльності.

Список використаних джерел

1. Верига Ю.А. Сутність та класифікація витрат підприємств торгівлі: теорія і практика/ Ю.А. Верига // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2010_29_2/statsti/25.htm
2. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : [Підручник / А.А. Мазаракі, Н.М.Ушакова; за ред. Н.М. Ушакова. - К.: Хрещатик, 1999. – 800 с
3. Півнюк О.П. Система генерування облікової інформації в управлінні поточними витратами в торговельних підприємствах// [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vlca/Ekon/2009_31/35

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ЗВІТНОСТІ

У статті розглянуто проблемні питання оцінки та обліку витрат за національними та міжнародними стандартами звітності.

За умови загострення економічної кризи в Україні облік набуває стратегічного значення для ефективного управління діяльністю підприємства. Достовірно оцінити результати діяльності підприємства можливо лише за даними бухгалтерського обліку. Саме від повноти і достовірності отриманої керівництвом інформації залежить прийняття управлінських рішень.

Управлінське рішення – це результат альтернативної формалізації економічних, технологічних, соціально-психологічних, адміністративних методів, на основі яких керуюча система організації безпосередньо впливає на керувану. Системи управлінського обліку та калькулювання витрат – це надання відповідної фінансової інформації менеджерам, що дозволяє їм ухвалювати більш обґрунтовані рішення. Аналіз і оцінка витрат передбачають вивчення підприємцем величини, структури і динаміки власних витрат, що визначають нижній кордон ціни: в умовах ринку підприємство повинне покривати витрати, що виникли в процесі виробництва і реалізації товарів, а в реальності ще і отримати прибуток.

При оцінці витрат для цілей ціноутворення велике значення має розподіл витрат на постійних і змінних, яке пов'язане із закономірністю їх зміни при зміні об'ємів діяльності. Як вже зазначалось витрати на виробництво і реалізацію продукції складаються з постійних і змінних, при зростанні об'ємів діяльності відбувається зниження середніх витрат за рахунок того, що постійні розподіляються на більшу кількість виробленої і реалізованої продукції. Тому для здійснення продуманої цінової політики кожен виробник повинен зіставити структуру витрат з планованими обсягами виробництва і розраховувати короткострокові середні витрати на одиницю товару. В свою чергу, правильність оцінки витрат на дату операції та на дату звітності впливає на достовірність інформації про фінансові результати роботи підприємства.

У травні 2011 року Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визнав сферу і порядок застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. В даному законі були передбачені такі зміни:

- для складання фінансової звітності застосовуються міжнародні стандарти, якщо вони не суперечать чинному законодавству та офіційно оприлюднені на веб-сайті Міністерства фінансів України;
- публічні акціонерні товариства, банки, страховики, а також підприємства, які провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами;
- підприємства, крім тих, що зазначені, самостійно визначають доцільність застосування міжнародних стандартів для складання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності.

Відповідно 2012 рік став початком переходу на ведення обліку та складання звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності для окремих суб'єктів господарювання.

На сьогодні в системі обліку здійснюється постійна орієнтація національних стандартів обліку на загальноприйняті – міжнародні стандарти фінансової звітності [4].

Стратегічного значення для підприємства в умовах загострення економічної кризи набуває облік витрат та доходів, які мають прямий вплив на фінансові результати діяльності.

На даний момент Міжнародні стандарти фінансової звітності виступають як ефективний інструмент підвищення прозорості і зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює достовірну базу для визнання витрат, надає можливість об'єктивно розкривати фінансові ризики підприємства, а також порівнювати результати діяльності.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [6].

Основною проблемою при визнанні витрат та їх оцінці є розбіжності, що існують між П(С)БО та МСФЗ в частині відображення витрат.

Порівнюючи оцінку та визнання витрат за СФЗ та П(С)БО обліку можна зробити висновок, що основними ознаками порівняння є: визначення терміну витрат, класифікація та групування витрат, елементи витрат, визнання та оцінка витрат.

Щодо порівняння витрат за елементами, то слід відзначити, що МСФЗ передбачають класифікацію за характером витрат та функцією витрат.

При оцінці витрат слід врахувати, що в МСФЗ та П(С)БО відсутні спеціальні правила оцінки витрат, але така оцінка міститься в окремих стандартах з врахуванням особливостей оцінки витрат при здійсненні операцій з активами, зобов'язаннями та капіталом

Існують суттєві розбіжності і при відображенні витрат майбутніх періодів у складі витрат. При складанні звітності за МСФЗ необхідно провести переоцінку таких витрат. З цією метою проводиться аналіз кожної статті та застосовуються критерії визнання, описані в МСФЗ.

При оцінці незавершеного виробництва необхідно врахувати, що це питання не достатньо врегульоване діючими П(С)БО, але МСФЗ 2 «Запаси» [5] визначає методи оцінки запасів, створених на підприємстві, у тому числі незавершеного виробництва. МСФЗ підтримує методи оцінки, які забезпечують ефективне управління витратами в умовах конкурентної ринкової економіки.

Суттєві відмінності існують в обліку собівартості реалізованої продукції, робіт, послуг. До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати [6].

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, а саме М(С)БО 2 «Запаси», визначають, що собівартість запасів повинна включати всі витрати на придбання, витрати на переробку та інші витрати, понесені під час доставки запасів до їх теперішнього місцезнаходження та приведення їх у теперішній стан. Витрати на придбання запасів складаються з ціни придбання, ввізного мита та інших податків, а також витрат на транспортування, навантаження і розвантаження та інших витрат, безпосередньо, пов'язаних з придбанням будь-яких товарно-матеріальних цінностей. Торгівельні та інші знижки при цьому вираховуються. Витрати на переробку запасів включають всі витрати, які можна віднести до певного об'єкту обліку економічно можливим шляхом, а також постійні та змінні виробничі накладні витрати, що виникають при переробці матеріалів у готову продукцію.

Розглянемо визначення витрат згідно нормативних документів, які відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення витрат		
Згідно з П(С)БО 16	Згідно з МСФЗ (Згідно Концептуальної основи)	Згідно МСБО «Запаси»
Витрати відображаються в бухгалтерському обліку одночасно зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань. Витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.	Витрати – це збитки та витрати, які виникають під час звичайної діяльності суб'єкта господарювання. Витрати, що виникають під час звичайної діяльності суб'єкта господарювання мають форму вибуття або амортизації активів, таких як грошові кошти та їх еквіваленти, основні засоби, запаси.	Витрати на переробку запасів включають витрати, прямо пов'язані з одиницями виробництва, наприклад, оплата праці виробничого персоналу. Вони також включають систематичний розподіл постійних та змінних виробничих накладних витрат, що виникають при переробці матеріалів у готову продукцію

Отже, за МСФЗ витрати визнаються на основі безпосереднього зіставлення між понесеними витратами і прибутками за конкретними статтями доходів, що припускає одночасне визнання прибутків та витрат, що виникають безпосередньо і спільно від одних і тих же операцій або інших подій. Згідно з П(С)БО 16 витрати визнаються у звітності в момент вибуття активу або збільшення зобов'язання, які призводять до зменшення власного капіталу підприємства, на основі систематичного та раціонального їх розподілу протягом тих звітних періодів, коли надходять відповідні економічні вигоди.

Відрізняється класифікація та групування витрат. Міжнародні стандарти виходять із існування загальноприйнятої практики розмежування у звітності статей витрат, які виникають у процесі звичайної діяльності організації, та статтями витрат, які не пов'язані із звичайною діяльністю. У П(С)БО 16 витрати класифікуються залежно від виду діяльності, від якого вони виникли, за економічними елементами і статтями витрат. А також виділяють прямі й непрямі витрати, змінні й постійні, одноелементні та комплексні, поточні витрати, витрати минулих і майбутніх періодів, продуктивні, непродуктивні й надзвичайні витрати.

Міжнародні стандарти не тільки узагальнюють накопичений досвід різних країн, але й активно впливають на розвиток національних систем бухгалтерського обліку й звітності. Аналіз змісту національних П(С)БО свідчить про необхідність їх постійного розвитку та удосконалення відповідно до змін, що відбуваються в економіці країни. У зв'язку з тим, що МСБО постійно змінюються, усе більше спостерігається розбіжностей між ними й П(С)БО. Оскільки згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" П(С)БО не можуть суперечити міжнародним стандартам, у майбутньому слід очікувати внесення відповідних змін у стандарти щодо обліку та оцінки витрат.

Невирішеним питанням залишається розподіл адміністративних витрат між об'єктами калькулювання при визначенні повної собівартості в управлінському обліку.

Крім того основна форма фінансової звітності «Звіт про фінансові результати»[4], в якій підприємства надають інформацію про витрати орієнтована на подання витрат за функціями

Важливою умовою при удосконаленні діючих національних стандартів є конкретизація певних понять та термінів, зближення діючих стандартів обліку витрат з податковим законодавством, розробка єдиного підходу до оцінки, обліку, визнання та відображення витрат суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Міжнародні стандарти фінансової звітності редакція на 12.03.2013 року. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=924&cat_id=92408
2. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»: Закон України від 12.05.2011 р. № 3332-УІ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Голов С.Ф. МСФЗ в Законі /С.Голов//Бухгалтерський облік і аудит.-2011. - № 9. с.3-9.
4. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами: практичний посібник / С.Ф.Голов, В.М.Костюченко. – К.:Лібра, 2004. – 880 с.
5. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000 / Пер. з англ. за ред. С.Ф. Голова. – К. : ФПБАУ, 2000. – 1820 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Мінфін]. Положення від 20.10.1999 р. № 246.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Мінфін]: Положення від 31.12.1999 р. № 318

Алла Мотрюк, 1 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф.

Наук. кер. – Рилєєв С.В.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СТАТИСТИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: МАКРО- ТА МАКРОРІВНІ

У статті розглянуто особливості статистико-економічного аналізу витрат виробництва і собівартості продукції на основі даних Державної служби статистики (макроекономічний рівень) та інформації, яка характеризує діяльність суб'єктів господарювання агросфери (мікроекономічний рівень)

Ринкові умови господарювання вимагають від підприємств агропромислового комплексу підвищення ефективності виробництва на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом та багатьох інших чинників. Важливу роль у реалізації цього завдання відводиться економічному аналізу діяльності агроформувань. З його допомогою виробляється стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани і управлінські рішення, здійснюється контроль за їх виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва. Створення умов для ефективного конкурентоспроможного аграрного виробництва повинна забезпечувати державна ціле направлена політика. За цих умов залишається важливою проблема аналізу ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств та удосконалення його важливих функцій [6, с. 19].

Проблемам статистичного аналізу витрат виробництва, собівартості продукції у сільському господарстві присвячені праці багатьох українських вчених-економістів: Ю.П. Воскобойніка, М.В. Зубця, Є.Є. Іоніна, Г.Г. Кірейцева, М.Ф. Кропивка, О.Є. Лугідіна, Ю.О. Лупенка, А.Г. Мармози, Є.В. Мниха, В.Б. Моссаковського, Л.М. Пархоменка, М.В. Присяжнюка, П.Т. Саблука, О.Г. Шпикуляка та інших. Однак, слід зазначити, що проблема статистичного аналізу витрат виробництва і собівартості продукції у сільському господарстві потребує подальшого наукового дослідження [7, с. 231].

Метою дослідження є висвітлення аспектів статистичного аналізу витрат виробництва, їх структури та собівартості продукції сільськогосподарських підприємств.

Сьогодні розвиток сільського господарства як галузі національної економіки, що забезпечує населення сільськогосподарською продукцією, а промисловість сировиною, має пріоритетне значення. Сільському господарству притаманні певні особливості, які суттєво впливають на виробничі відносини та економічні показники діяльності сільськогосподарських підприємств. На відміну від промисловості до процесу сільськогосподарського виробництва залучено не три, а чотири ресурси – основні й оборотні фонди, жива праця і земля, причому земля в сільському господарстві, а саме в рослинництві, є головним засобом виробництва, тоді як в інших галузях (крім добувної) вона є лише просторовим базисом. Як складова матеріально – технічної бази сільськогосподарського підприємства земля вимагає свого відтворення на розширеній основі, що породжує ряд специфічних проблем, пов'язаних із збереженням і підвищенням родючості ґрунту. Її розвиток залежить від природно-географічних і соціально-економічних передумов. До перших можна віднести земельно-ґрунтові й агрокліматичні ресурси, які загалом дуже сприятливі в Україні, а до других – трудові, виробничі ресурси, відносини власності на землю, аграрну політику держави тощо [6, с.12].

Україна за природно-ресурсним та аграрним потенціалом посідає провідне місце у світі. На жаль, цей потенціал використовується недостатньо ефективно, а розвиток сільського господарства значно відстає від передових країн світу. Водночас, можна зазначити, що в останні роки сільське господарство досягло позитивної динаміки і поступово нарощує обсяги виробництва сільськогосподарської продукції. Так у 2014 р. відбулися деякі позитивні тенденції в розвитку сільського господарства, про що свідчать основні показники діяльності сільськогосподарських підприємств країни, які наведено в табл. 1.

За даними Державної служби статистики України, наведеними в табл. 1. можна зробити такі висновки: по-перше, обсяг валової продукції сільського господарства у 2014 р. становив 139058,4 млн. грн, що на 1,8% більше порівняно з 2013 р.; по-друге, сільськогосподарські підприємства виробляють понад 50% валової продукції сільського господарства; по-третє, відбулося збільшення продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах у 2014 р. порівняно з 2013 р. на 13,2 %; по-четверте, чистий прибуток підприємств галузі сільського господарства в 2014 р. дещо підвищився порівняно з 2012-2013 рр., але відсоток підприємств, які одержали чистий прибуток, у 2014 р. порівняно з попереднім роком збільшився і в свою чергу фінансовий результат від діяльності (прибуток) в 2014 р. зріс майже вдвічі порівнюючи із 2013 р. (94,6 %) і становив 50949,8 млн. грн за рахунок відповідного зменшення відсотку підприємств, які одержали чистий збиток від своєї діяльності у 2014 р. [4].

Таблиця 1

Основні показники діяльності сільськогосподарських підприємств України за 2012-2014 рр.

№ з/п	Показник	Роки		
		2012	2013	2014
1.	Валова продукція, всього, млн. грн:	113082,3	136590,9	139058,4
2.	Продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах, грн на одного зайнятого в сільськогосподарському виробництві	159679,0	201216,9	227753,4
3.	Вироблено сільськогосподарської продукції всіма категоріями господарств: - на одну особу, грн - на 100 га сільськогосподарських угідь, тис. грн	4897 601,5	5559 681,3	5847 708,3
4.	Підприємства, які одержали чистий прибуток - у відсотках до загальної кількості - фінансовий результат, млн. грн	78,6 33570,1	80,3 26186,6	84,8 50949,8
5.	Підприємства, які одержали чистий збиток: - у відсотках до загальної кількості - фінансовий результат, млн. грн	21,4 6841,7	19,7 11260,9	15,2 30686,9
6.	Рівень рентабельності всієї діяльності, %	16,3	8,3	8,8
7.	Рівень рентабельності операційної діяльності, %	22,8	11,7	21,1

Отже, аналізуючи рівень рентабельності всієї діяльності підприємств сільського господарства можемо зробити висновок, що у 2014 р. рівень рентабельності зріс на 0,5 % порівнюючи із 2013р. і становив – 8,8 %. Проте відносно 2012 р. рівень рентабельності у 2014 р. зменшився на 7,5 %. Аналогічна тенденція

спостерігається відносно рівня рентабельності операційної діяльності, який у 2014 р. порівняно із 2012 р. зменшився на 1,7 %, та збільшився відносно 2013 р. на 9,4 % і становив 21,1 %, що є позитивною тенденцією адже свідчить про ефективність реалізації продукції підприємствами сільського господарства України у 2014 р.

Аналізуючи діяльність галузей сільськогосподарських підприємств можемо зробити висновок, що в загальному у 2014 р. прибуток від реалізації продукції сільськогосподарських підприємств зріс порівнюючи із 2013 р. на 21479,4 млн. грн, та на 13084,4 млн. грн. або 64,7 %. В свою чергу прибуток від реалізації продукції як рослинництва так і тваринництва у 2014 р. зріс порівнюючи із попередніми роками (табл. 2). Так, прибуток від реалізації продукції рослинництва у 2014 р. становив 29527,5 млн. грн, що на 20549,7 млн. грн більше ніж у 2013 р. С свою чергу прибуток від реалізації продукції тваринництва у 2014 р. порівнюючи із 2013 р. зріс на 929,7 млн. грн. або на 32,8 %, та на 18,5 % - із 2012 р. [4].

Таблиця 2

**Динаміка показників діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні
за 2012-2014 рр. в розрізі рослинництва та тваринництва**

№ з/п	Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.
1.	Прибуток від реалізації сільськогосподарської продукції, млн. грн, у т.ч. :	20199,4	11804,3	33283,7
1.1	Продукції рослинництва	17029,8	8977,8	29527,5
1.2	Продукції тваринництва	3169,6	2826,5	3756,2
2.	Рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції, %, у т.ч. :	20,5	11,2	25,8
2.1	Продукції рослинництва	22,3	11,1	29,2
2.2	Продукції тваринництва	14,3	11,3	13,4

Отже, можемо зробити висновок, що усі тенденції, що відбулися у 2014 р. в сільському господарстві, вплинули на показники рентабельності галузей сільського господарства. Так рівень рентабельності продукції рослинництва у 2014 р. зріс на 18,1 % відносно 2013 р. та на 6,9 % відносно 2012 р. В свою чергу рівень рентабельності операційної діяльності тваринництва в 2014 р. також зріс на 2,1 % відносно 2013 р. Однак порівнюючи із 2012 р. рівень рентабельності тваринництва у 2014 р. зменшився 0,9 %, що є негативною тенденцією, яка свідчить про неефективне використання ресурсів, що є в наявності в сільськогосподарських підприємствах, в процесі виробництва і реалізації продукції.

Статистика собівартості продукції сільського господарства базується на даних бухгалтерського обліку, завданням якого є визначення загальної суми витрат, групування їх за видами та калькулювання собівартості одиниці продукції. Основним джерелом статистичної інформації собівартості продукції є річні звіти сільськогосподарських підприємств (Ф. № 50-сг. «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств»), та економічний паспорт підприємства. В цих документах наведені дані про витрати виробництва і собівартість продукції сільського господарства. Форма № 50-сг містить відомості про витрати на основне виробництво всього, у тому числі на продукцію рослинництва і тваринництва, оплата праці, відрахування на соціальні заходи, насіння та посадкового матеріалу, кормів, мінеральних добрив, нафтопродуктів, електроенергії, палива, запасних частин, амортизацію основних засобів тощо [3].

Завданнями аналізу собівартості продукції є: оцінка обґрунтованості плану по собівартості продукції, витрат виробництва та їх коригування на основі аналізу; встановлення динаміки і ступеня виконання плану по собівартості; визначення факторів, що вплинули на динаміку показників собівартості і виконання плану по них, величини і причини відхилень фактичних витрат від планових; аналіз собівартості окремих видів продукції; виявлення резервів подальшого зниження собівартості продукції.

Детальні відомості про склад витрат по окремих видах продукції містяться в первинних документах бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств. У цих документах формуються первинні записи про трудові, матеріальні та фінансові витрати на виробництво, проводиться їх групування і систематизація за калькуляційними статтями й елементами витрат, здійснюється первинне статистичне спостереження і контроль за виконанням норм витрат на продукцію. На основі групування витрат за економічними елементами можна охарактеризувати структуру собівартості продукції, яка визначається як відношення (у відсотках) окремих елементів витрат до загальної суми витрат на виробництво продукції.

Статистичне спостереження саме у тваринництві здійснюють органи державної статистики з керівниками і спеціалістами сільськогосподарських підприємств, складаючи і збираючи статистичну звітність, проводячи переписи і спеціальні обстеження. Основними джерелами відомостей про стан і розвиток тваринництва є щомісячні та річні статистичні звіти про стан тваринництва (ф. №24-сг «Стан тваринництва»). Місячний звіт про стан тваринництва містить інформацію (наростаючим підсумком з початку року) про реалізацію на забій окремих видів худоби і птиці, виробництво коров'ячого молока, курячих яєць, купівлю у населення та продаж населенню худоби і птиці, надходження приплоду, загибель тварин, а також наявність тварин за видами і птиці на звітну дату. За стійловий період наводяться дані про наявність кормів (у кормових одиницях) і надходження куплених концентрованих кормів.

Для аналізу за субрахунками 231 «Рослинництво» та 232 «Тваринництво» передбачено Звіт № 5.5 с.-г. «Про витрати та вихід продукції основного виробництва», для інших виробництв – Звіт № 5.6 с.-г. «Про витрати та вихід продукції (робіт, послуг) інших виробництв». Зазначені суми з кредиту рахунків витрат: матеріали, витрати на заробітну плату, на соціальні заходи, амортизацію, виплати стороннім організація та іншим кредиторам є додатковою перевіркою аналізу витрат за елементами, яку у першу чергу роблять на основі розділу 2 форми № 2 фінансової звітності «Звіт про фінансові результати». Таким чином, головними джерелами інформації для аналізу витрат на сільськогосподарському підприємстві є первинні документи,

субрахунки 231 та 232, облікові регістри згідно з Методичними рекомендаціями № 390, фінансова звітність та форма № 50 с/г статистичної звітності [2].

Групування витрат за елементами витрат залежно від господарського призначення показує, з яких витрат складається собівартість окремих видів сільськогосподарської продукції, дає змогу проаналізувати структуру витрат на виробництво окремих продуктів і виявити резерви зниження витрат на одиницю продукції (табл. 3) [4].

Таблиця 3

**Структура витрат на виробництво продукції в сільськогосподарських підприємствах
за 2012-2014 рр.**

№ з/п	Показник	Рослинництво			Тваринництво			Всього		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
1.	Витрати на оплату праці	9,5	7,1	6,7	9,2	18,4	8,4	9,4	7,6	7,2
2.	Відрахування на соціальні заходи	3,5	2,6	2,6	3,4	3,3	3,1	3,4	2,8	2,7
3.	Матеріальні витрати	64,7	66,0	66,9	79,1	79,0	80,8	68,6	69,6	70,4
4.	Амортизація	5,7	5,9	5,9	4,1	4,4	3,9	5,3	5,5	5,4
5.	Інші витрати	16,7	18,4	17,9	4,2	4,3	3,8	13,3	14,5	14,3

%

Так, за даними Державної служби статистики України у 2014 р. порівняно з попереднім витрати на виробництво сільськогосподарської продукції зросли на 1,14 %, у 2013 р. – на 1,5%. Слід зазначити, що найбільшу частку в структурі витрат на виробництво продукції займають матеріальні витрати, так в 2014 р. вони становили 70,4 % від загального обсягу витрат. Вагому частку в структурі витрат займає амортизація, в свою чергу з вищенаведених даних можемо зробити висновок, що витрати на амортизацію у 2014 р. збільшилися порівняно із 2012 р. на 0,2 % та зменшилися на 0,1 % порівняно із 2013 р. Також витрати на оплату праці в 2014 р. зменшилися порівнюючи із 2013 р. на 0,4 %, даний показник може свідчити про зменшення заробітної плати працівників сільськогосподарських підприємств.

Для більш детального дослідження проаналізуємо структуру витрат на виробництво ТОВ «Добробут» за 2012 – 2014 рр. (табл. 4) [5].

Таблиця 4

**Структура витрат на виробництво сільськогосподарської продукції ТОВ «Добробут»
за 2012-2014 рр.**

№ з/п	Показник	Рослинництво			Тваринництво			Всього		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
1.	Витрати на оплату праці	12,8	10,8	18,4	11,7	10,6	14,4	9,4	7,6	9,1
2.	Відрахування на соціальні заходи	1,4	1,2	2,0	4,3	3,9	5,3	3,2	7,8	3,4
3.	Матеріальні витрати	68,5	67,4	71,4	70,3	69,4	72,4	70,0	68,6	69,6
4.	Амортизація	9,1	10,3	5,9	6,7	6,4	7,5	5,3	5,3	5,6
5.	Інші витрати	8,2	10,3	2,3	7,0	9,7	0,4	12,4	13,3	14,5

%

На основі даних табл. 4 можна зробити висновок, що на ТОВ «Добробут» як в рослинництві так і в тваринництві найбільшу частку в структурі витрат займають матеріальні витрати та інші витрати, до яких належать витрати на оренду земельних паїв тощо. Так в 2014 р. матеріальні витрати становили 69,6 % від загальної кількості витрат, що на 1 % менше порівняно із 2013 р. Значно меншу частку становлять витрати на оплату праці, як в рослинництві так і в тваринництві даний показник у 2014 р. збільшився порівняно із 2013 р. і відповідно становив 14,4 % та 18,4 %. Найменшу частку в структурі витрат займають витрати пов'язані з відрахуваннями на соціальні заходи. Так на ТОВ «Добробут» в 2014 р. порівнюючи із 2013 р. в тваринництві витрати на відрахування збільшилися на 1,4 %, а в рослинництві – на 0,8 %.

Проведений аналіз свідчить, що в структурі витрат на виробництво сільськогосподарської продукції за період дослідження суттєвих змін не відбулось, найбільшу частку становлять матеріальні витрати, а також інші витрати (оренда тощо), свою чергу найменшу частку становлять витрати на відрахування на соціальні заходи.

Основним завданням економіко-статистичного аналізу даних про витрати виробництва і собівартість продукції є пошук резервів для збільшення доходності й конкурентоспроможності продукції. При проведенні такого аналізу необхідно оцінити ступінь зміни рівня собівартості у динаміці та по території, порівняно з планом чи попереднім періодом, вивчити ступінь впливу на неї окремих чинників і встановити на цій основі резерви зниження собівартості. З цією метою широко застосовуються різні статистичні методи аналізу масових даних: прості та комбіновані групування, прийом розкладання складних відносних показників на прості, розрахунок показників динаміки, індекси, дисперсійний і кореляційний аналіз та інші [7, с. 85].

Отже, операційні витрати в господарській діяльності сільськогосподарських підприємств посідають одне з головних проблемних питань теоретичного і практичного характеру, оскільки вони впливають не тільки на собівартість продукції та її ціну, а й на обсяг одержаного прибутку і всю господарську діяльність підприємства загалом та на його функціонування в майбутньому. До інформаційного забезпечення аналізу операційних витрат сільськогосподарських підприємств відносять зведену відомість № 5.1 с.-г. нарахування та розподілу оплати праці та відрахувань від неї за об'єктами обліку витрат, відомість № 4.6 с.-г. нарахування амортизації основних засобів та інших необоротних активів, або відомість № 4.7 с.-г. нарахування амортизації основних засобів та інших необоротних активів, за методом, передбаченим податковим законодавством тощо, є підставою для заповнення Звітів (форма № 5.5 с.-г., 5.6 с.-г., 5.7 с.-г., 5.8 с.-г., 5.9 с.-г.), субрахунки

231 та 232. До основних шляхів зниження витрат виробництва сільськогосподарських підприємств можна віднести такі:

- удосконалення способу утримання тварин та підвищення їх продуктивності;
- недопущення перевитрат кормів, зменшення собівартості;
- впровадження економних технологій виробництва, які є менш енергозатратні та більш автоматизовані;
- збільшення обсягів виробництва аграрної продукції та ліквідації непродуктивних витрат і невиправданих перевитрат;
- використання ресурсоекономних та ресурсозберігаючих технологій допоможуть підприємству скоротити витрати та підвищити прибуток.

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо застосування реєстрів журнально-ордерної форми обліку для сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства аграрної політики України від 4.06.2009 р. № 390. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN48748.html.
2. Про затвердження форм державних статистичних спостережень у галузі сільського та рибного господарства [Електронний ресурс] : Наказ Державної служби статистики України від 17.07.2012 р. № 301. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0731>.
3. Статистичний збірник «Сільське господарство України 2014 рік». Сайт Державної Служби статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm
4. Основні економічні показники роботи ТОВ «Добробут» за 2012 та 2014 рр. (Форма № 50 - сг) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua>
5. Тлущевич Н. В. Облік витрат та калькулювання собівартості в сільському господарстві: теорія, методика, практика / Н. В. Тлущевич // Економічний форум. – 2011. – № 1. – С. 11–21.
6. Мних Є. В. Економічний аналіз : підруч. / Є. В. Мних. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
7. Пархоменко Л. М. Теоретичні основи дослідження економічної ефективності сільськогосподарського виробництва в умовах ринку / Л. М. Пархоменко // Економіка АПК. – 2006. – № 8. – С. 287.

Іванна Рожко, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А.Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Автор розкриває сутність та критерії визнання в обліку поточних зобов'язань. Особлива увага в статті зосереджена на висвітленні основних проблемних питань в існуючій методиці обліку поточних зобов'язань та, систематизуючи досвід провідних вчених, розробці напрямків їх вирішення.

Жорсткі умови господарювання сьогодення обумовлюють об'єктивну та гостру потребу у використанні суб'єктами підприємницької діяльності не тільки власний капітал, але й позиковий. Залучений за межами підприємства капітал є підставою для формування зобов'язань. За словами більшості провідних аналітичних організацій, наявність зобов'язань є нормальним станом будь-якого діючого підприємства, адже вони є базою взаємовідносин між суб'єктами господарювання. Окрім того, існує твердження, що підприємство, яке фінансує свою діяльність виключно за рахунок власного капіталу просто не вміє або ж не хоче ефективно використовувати всі можливі ресурси для свого розвитку і є ймовірність програшу в конкурентній боротьбі. При цьому для сучасного підприємства вельми важливо якісно управляти та розпоряджатися залученими коштами, опираючись на облікову інформацію.

Теоретичні доробки в області методики облікового узагальнення інформації про поточні зобов'язання були результатами праць відомих вчених, серед яких варто відмітити: С.В. Бичика, Б. Райана, І.А. Єфремова, Ю.С. Ігумнова, Ф.Ф. Бутинця, Т.А. Бутинця, Л.В. Чижевської, І.Я. Омецінської, О.О. Зелениної, С.Л. Берези та інших.

Моніторинг та опрацювання нормативно-правового поля України дозволив виділити базовий перелік нормативних документів, які регулюють здійснення та систематизацію інформації про зобов'язання, а саме: Господарський та Цивільний кодекси, НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(С)БО 11 «Зобов'язання», П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», П(С)БО 26 «Виплати працівникам».

В обліковому ракурсі, поточні зобов'язання – це такий вид зобов'язань підприємства, які повинні бути погашені за рахунок використання поточних активів протягом одного року або операційного циклу в залежності від того, що є більш підходящим.

Варто відмітити, що на законодавчому рівні немає чітко обумовлених критеріїв віднесення зобов'язань до складу поточних чи довгострокових, тому вітчизняні дослідники поділяють зобов'язання згідно з Планом рахунків або П(С)БО 11 «Зобов'язання».

Міжнародний стандарт обліку (МСБО) 1 «Подання фінансових звітів» вимагає класифікувати як поточне зобов'язання, утримуване переважно з метою продажу, або таке фінансове зобов'язання, що підлягає погашенню протягом 12 місяців після дати балансу або погашення якого суб'єкт господарювання не має безумовного права відстрочувати протягом 12 після дати балансу [5]. Тому критеріями визнання зобов'язання як поточне згідно п. 60 МСБО 1 є такі: за очікуванням, що буде реалізовано в ході нормального операційного циклу суб'єкта господарювання; утримується переважно з метою продажу; підлягає погашенню протягом 12 місяців з дати балансу; суб'єкт не має права відстрочити сплату зобов'язань.

Слід наголосити на тому, що визнання поточних зобов'язань, наведене у МСБО 1, є аналогічним трактуванню поточних зобов'язань американськими та українськими стандартами. До складу поточних зобов'язань відповідно до МСБО 1 належать торговельна та інша кредиторська заборгованість, короткострокові позики, поточна частина довгострокових позик, поточна заборгованість з податку, короткострокові забезпечення.

Оцінюючи загальний стан облікової практики відображення операцій з виникнення та погашення поточних зобов'язань, встановлено низку неточностей, невідповідностей, протиріч, що потребує визначення можливих напрямків їх усунення та удосконалення облікового процесу.

Перше на, що слід звернути увагу є кореспонденція рахунків та її «слабкі місця». Згідно з Інструкцією до Плану рахунків бухгалтерського обліку рахунок 63 кореспондує за дебетом з кредитом різних рахунків (24, 30, 31, 34, 36, 37 та ін.), а за кредитом з дебетом таких рахунків (15, 20, 22, 30, 31 та інш.). Проаналізувавши можливі кореспонденції за дебетом рахунка 63, доходимо висновку, що не всі є обґрунтованими з точки зору теорії бухгалтерського обліку. Зокрема, важко пояснити економічний зміст бухгалтерського проведення Дт 63 Кт 24. Таким проведенням відображається відповідно до вимог Інструкції до Плану рахунків зменшення заборгованості перед постачальниками, які поставили неякісні матеріали або надали неякісні послуги. На нашу думку, більш обґрунтованою в даному випадку є проведення Дт 374 Кт 63.

Одним з видів поточних зобов'язань є заборгованість за короткостроковими позиками. Проте на досліджуваному підприємстві такого виду зобов'язань не виникало. Короткострокові позики відображаються в балансі за сумою погашення. Сума погашення – невідсчетована сума грошових коштів чи їх еквівалентів, що, як очікується, буде сплачена для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства.

Для обліку короткострокових позик використовують рахунок 60 «Короткострокові позики». Варто зазначити, що назва рахунка 60 не зовсім відповідає його характеристиці, наведеній в Інструкції до Плану рахунків [4]. Зокрема, у назві використовується термін «позика», а на рахунку «...ведеться облік розрахунків у національній та іноземній валюті за кредитами банків...та за позиками, термін погашення яких минув» [4]. Саме тому пропонуємо доповнити Інструкцію до Плану рахунків словами «...та позиками, отриманими від банківських та небанківських установ...» і викласти у такій редакції: «На рахунку 60 «Короткострокові позики» ведеться облік розрахунків у національній та іноземній валютах за кредитами банків та позиками, отриманими від банківських та небанківських установ, строк повернення яких не перевищує 12 місяців з дати балансу, та за позиками, термін погашення яких минув».

Щодо інших позик, отриманих, наприклад, від небанківських установ, то питання їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку підіймали у своїх працях Р.Е. Грачова [2], І.Я. Омецінська [7], О.О. Зеленіна [3] та інші. Зокрема, Р.Е. Грачова зазначає, що «...оскільки для обліку поточних зобов'язань за небанківськими кредитами окремого рахунка не передбачено Планом рахунків, то варто скористатися субрахунком 601 і відкрити до нього субрахунок третього порядку із назвою «Короткострокові небанківські позики» [2, с. 123]. І.Я. Омецінська пропонує для відображення позик, отриманих від небанківських установ, відкривати додаткові субрахунки до рахунка 60 «Короткострокові позики», зокрема 607 «Інші короткотермінові позики в національній валюті» та 608 «Інші короткотермінові позики в іноземній валюті» [7, с. 346]. О.О. Зеленіна пропонує змінити назви субрахунків 601 та 602 та відображати кредити, отримані від банків і небанківських фінансових установ на субрахунках 601 «Короткострокові кредити в національній валюті» та 602 «Короткострокові кредити в іноземній валюті» [3, с. 321].

Погоджуємося з думками вищезазначених вчених про те, що для відображення в обліку небанківських позик доцільно відкрити спеціальні субрахунки і вважаємо, що субрахунки 605 і 606 необхідно перейменувати і назвати таким чином: 605 «Короткострокові позики небанківських установ у національній валюті» та 606 «Короткострокові позики небанківських установ в іноземній валюті». Такий поділ буде сприяти кращому розмежуванню сум банківських і небанківських позик. Щодо інформації за простроченими позиками, то пропонуємо показувати її на субрахунку 607 «Прострочені позики в національній валюті» та 608 «Прострочені позики в іноземній валюті». Також підтримуємо пропозицію І.О. Власової [1, с. 120] про зазначення в Інструкції до Плану рахунків характеристики рахунка як пасивного. Пропозиції щодо назви субрахунків та їх характеристики наведемо в табл.1.

При отриманні суми позики на поточний рахунок підприємства складають проведення Дт 311 Кт 601. Нарахування відсотків на дату складання балансу відображається записом за Дт 951 «Відсотки за кредит» та за Кт 684 «Розрахунки за нарахованими відсотками». Для усунення плутанини за нарахованими відсотками за довгостроковими і короткостроковими кредитами, на нашу думку, доцільно скористатися введенням аналітичних субрахунків до субрахунку 951 «Відсотки за кредит»: 9511 «Відсотки за довгостроковими кредитами та позиками», 9512 «Відсотки за короткостроковими кредитами та позиками».

Для узагальнення інформації про стан розрахунків за поточними зобов'язаннями, переведеними зі складу довгострокових, при настанні строку погашення протягом 12 місяців з дати балансу призначено 61 рахунок «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями». І.Я. Омецінська до рахунку 61 пропонує відкривати субрахунки другого порядку для розкриття інформації про кожен окремий вид довготермінової заборгованості, переведеної до складу поточної. Вона пропонує з метою полегшення облікових записів, щоб цифра, відведена для позначення субрахунку другого порядку, відповідала другій цифрі рахунка, на якому відображається довготермінове зобов'язання, яке в цей момент переводиться до складу поточних [7, с.347].

Окремі пропозиції та напрямки удосконалення облікових процедур торкаються розрахунків з учасниками. Так, в Інструкції до Плану рахунків зазначено, що рахунок 67 може кореспондувати з рахунком 73 «Інші фінансові доходи». Однак Р.Е. Грачова зазначає, що суть цієї кореспонденції пояснити неможливо, оскільки рахунок дивідендів до сплати (від емітента) не може кореспондувати з рахунком доходів від дивідендів, які отримує підприємство (але вже як інвестор) [3]. Аналогічно й з іншими доходами учасникам, які дане підприємство сплачує їм як емітент і, з іншого боку, отримує також від інших емітентів. Субрахунки 971 та 672 не можуть кореспондувати із субрахунками: 731, 732, 733. На думку Р.Е. Грачової, на тих та інших обліковуються абсолютно різні операції [2]. Підтримуємо цю позицію щодо обліку розрахунків з учасниками та пропонуємо вилучити з рахунка 67 в Інструкції до Плану рахунків кореспондуючий рахунок 73 «Інші фінансові доходи».

Пропозиції до Плану рахунків щодо відображення короткострокових позик на субрахунках рахунка 60 «Короткострокові позики»

№ з/п	Шифр та назва субрахунку	Активний / Пасивний	Характеристика субрахунку
1	601 «Короткострокові кредити банків у національній валюті»	П	Відображаються суми заборгованості банками за наданий кредит у національній валюті, строк повернення яких не перевищує дванадцять місяців з дати балансу
2	602 «Короткострокові кредити банків в іноземній валюті»	П	Відображаються суми заборгованості банками за наданий кредит в іноземній валюті, строк повернення яких не перевищує дванадцять місяців з дати балансу
3	603 «Відстрочені короткострокові кредити банків в національній валюті»	П	Відображаються суми відстроченої короткострокової заборгованості банкам за кредит в національній валюті, термін погашення якого відстрочено
4	604 «Відстрочені короткострокові кредити банків в іноземній валюті»	П	Відображаються суми відстроченої короткострокової заборгованості банкам за кредит в іноземній валюті
5	605 «Короткострокові позики небанківських установ у національній валюті»	П	Відображаються суми короткострокової заборгованості за позиками небанківських установ в національній валюті, строк повернення яких не перевищує дванадцять місяців з дати балансу
6	606 «Короткострокові позики небанківських установ в іноземній валюті»	П	Відображаються суми короткострокової заборгованості за позиками небанківських установ в іноземній валюті, строк повернення яких не перевищує дванадцять місяців з дати балансу
7	607 «Прострочені позики в національній валюті»	П	Відображаються суми заборгованості за позиками в національній валюті, термін погашення яких минув
8	608 «Прострочені позики в іноземній валюті»	П	Відображаються суми заборгованості за позиками в іноземній валюті, термін погашення яких минув
9	609 «Розрахунки за кредитом-овердрафтом»	П	Відображаються суми, отримані за договором овердрафту, терміном до одного року

Отже, методика обліку поточних зобов'язань на сьогодні містить багато суперечливих аспектів, які потребують подальших досліджень, а також врегулювання шляхом внесення змін до нормативних та інструктивних документів з бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел:

1. Власова І.О. Проблеми класифікації заборгованості / І.О. Власова // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2013. – № 5. – С. 119-124
2. Грачева Р.Е. Энциклопедия бухгалтерского учета / Р. Е. Грачева. – К. : Галицкие контракты, 2014. – 832 с.
3. Зеленина О.О. Проблемні питання оцінки та визнання балансової вартості кредиту як елементу позикового капіталу підприємства / О.О. Зеленина // Вісник ЖДТУ. – 2013. – № 3 (53). – С. 318-325
4. Інструкція про застосування плану рахунків обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств: затверджено Наказом МФУ від 30.11.1999 р. № 291
5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_013
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 Загальні вимоги до фінансової звітності [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
7. Омецінська І.Я. Поділ зобов'язань та відображення їх у балансі / І. Я. Омецінська // Ефективність інвестиційного процесу в Україні : стан, проблеми та перспективи : зб. Матеріалів Всеукр. наук-практ. конф. ; за ред. д.е.н., проф. Б.М. Литвина. – Тернопіль : Принтер-інформ, 2014. – С.342-348
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти» [Електронний ресурс] : затв. наказом МФУ від 30.11.2001 р. № 559 – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №11 «Зобов'язання» [Електронний ресурс] : затв. наказом Мінфіном України від 31.01.2000р. № 20 – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

Світлана Стародонська, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А. Л.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЮЧОЇ ФОРМИ БАЛАНСУ (ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

Автор окреслює основні суперечливі питання будови чинної форми Балансу (Звіту про фінансовий стан). Опираючись на думки провідних вітчизняних науковців та положення міжнародних стандартів фінансової звітності, сформовані рекомендації щодо вдосконалення складу активу і пасиву бухгалтерського балансу.

Пріоритетним напрямком розвитку економіки України протягом останніх десяти років є гармонізація інформаційного забезпечення у вигляді фінансової звітності до Міжнародних стандартів звітності. Всі ці спроби є поступовими кроками, які мають свої досягнення та провали. Як показує практика управління сучасного підприємства та його ділового співробітництва з контрагентами, вирішального значення у інформаційному просторі відіграє Баланс – звітна форма, що має на меті оцінювати реальну вартість підприємства, його фінансово-майнове становище.

Однак, беззаперечним є факт, що балансова вартість підприємства, яка вказана у звітній формі, не відповідає його ринковій вартості. Як стверджують науковці, це обумовлено розширенням масштабів інформаційних технологій, інтегрування вітчизняного та міжнародного фінансових ринків, що у своєму розвитку міжнародну та вітчизняну системи обліку та звітності.

Факт неефективного практичного застосування числових параметрів балансу та даних облікової системи для оцінки вартості підприємства підтверджують праці Дж. Деардена, К. Мерчанта, Д.П. Нортон, Б.С. Чакраварті. І як наслідок, питанням подальшого трансформування й удосконалення звітності та Балансу,

зокрема, присвячено роботи таких зарубіжних вчених як: Р. Болтона, Л. Едвінсона, Б. Ліберта, К. Прахалад, С. Самека, Р. Хоуелла. При встановленні напрямів покращення інформативності Балансу згідно із запитами менеджерів було використано доробок таких провідних вітчизняних науковців як: М. Колісник [8, с. 78-81], С. Легенчук [9, с. 56-58], Н. Малюга [11, с. 342], М. Пушкар [13, с. 90], І. Яремко [15, с. 547-552].

На підставі всестороннього вивчення праць вчених, було визначено, що нова відкоректована форма Балансу є необґрунтованою. Це проявляється, перш за все, у відсутності чіткої грані між оборотними і необоротними активами та зобов'язаннями. Це негативно відзначається на правильності аналітичних оцінок та розрахунку відповідних фінансових показників і коефіцієнтів.

Опираючись на те, що Баланс повинен бути максимально наближений до вимог міжнародних стандартів, було окреслено мінімальний перелік статей, які повинні знаходити своє відображення у звітності про фінансовий стан за вимогами МСБО (табл.1).

Таблиця 1

Базова інформаційна наповненість Балансу згідно з МСБО 1

Засади інформаційної наповнюваності балансу відповідно до МСБО 1	
Активи	Пасиви
Основні засоби	Неконтрольовані частки, представлені у власному капіталі
Інвестиційна нерухомість	Випущений капітал і резерви, що відносяться до власників материнського підприємства
Нематеріальні активи	Торговельна та інша кредиторська заборгованість
Фінансові активи	Фінансові зобов'язання
Інвестиції, обліковані із застосуванням методу участі в капіталі	Зобов'язання та активи щодо поточного податку, як визначено в МСБО 12 «Податки на прибуток»
Біологічні активи	Відстрочені податкові зобов'язання та відстрочені податкові активи, які визначено в МСБО 12
Запаси	Зобов'язання, включені у ліквідаційні групи, класифіковані як утримувані для продажу відповідно до МСФЗ 5
Торговельна та інша дебіторська заборгованість	
Грошові кошти та їх еквіваленти	
Загальна сума активів, класифікованих як утримувані для продажу, та активи, включені у ліквідаційні групи, класифіковані як утримувані для продажу	

Зміни бухгалтерського балансу повинні бути спрямовані на посилення його інформаційної потужності та зручності його застосування під час проведення аналітичних розрахунків. З цією метою, на нашу думку, необхідно: змінити місця розкриття у балансі окремих різновидів майна та джерел формування; підвищити рівень аналітичності бухгалтерського балансу; змінити назви окремих структурних компонентів балансу для кращого розуміння показників.

Основні пропозиції вчених щодо удосконалення структури активу та пасиву Балансу (Звіту про фінансовий стан) узагальнено та систематизовано в табл.2 та 3.

Згідно із табл.2 можна виділити два найбільш часто вживаних спірних питання удосконалення структури активу балансу, а саме: місце відображення у Балансі статей «Відстрочені податкові активи» та «Витрати майбутніх періодів».

Суперечку щодо місце розташування статті «Відстрочені податкові активи» у балансовому звіті можна вирішити одним із двох способів: 1) виключити відстрочені податкові активи зі складу майна підприємства, а у пасиві балансу вказати їх з від'ємним знаком (В. Ганусич [4, с. 167]); 2) відкоригувати у чинному законодавстві тлумачення поняття «економічна вигода», і, як наслідок, відстрочені податкові активи залишаться складовою майна.

Таблиця 2

Підходи вітчизняних вчених до удосконалення структури активу Балансу

Автор	Запропоновані зміни
Богатко Н.Г. [1, с. 234-235]	Розділення витрат майбутніх періодів на довгострокові та поточні та відображення їх у складі необоротних та оборотних активів відповідно Об'єднання статей «Довгострокова дебіторська заборгованість» та «Інші необоротні активи» Об'єднання статей «Дебіторська заборгованість за розрахунками» та «Інша дебіторська заборгованість»
Буфатіна І. [2, с. 124-125]	Відображення складу статті «Витрати майбутніх періодів» у розрізі необоротних та оборотних активів у відповідних розділах балансу
Верига Ю.А. [3, с. 152-154]	Розміщення статті «Інші оборотні активи» перед статтею «Грошові кошти»; розбиття розділу «Витрати майбутніх періодів» на дві статті «Довгострокові витрати майбутніх періодів» та «Поточні витрати майбутніх періодів» та відображення їх у складі необоротних та оборотних активів відповідно
Іонів Є. [7, с. 24-34]	Відображення складу статті «Витрати майбутніх періодів» у розрізі необоротних та оборотних активів в Примітках до річної фінансової звітності
Лончакова В.О. [10, с. 164-166]	Розташування статей у балансі відповідно до порядкових номерів рахунків бухгалтерського обліку Відображення окремими статтями «Основні засоби» та «Інші необоротні матеріальні активи» Відображення негативного гудвілу за статтею «Знос нематеріальних активів» або за статтею «Доходи майбутніх періодів»

Іншою пропозицією удосконалення чинної форми Балансу є місця розкриття даних про витрати майбутніх періодів. В новій формі Балансу витрати майбутніх періодів віднесені до складу оборотних активів, однак слід враховувати і той факт, що за часом віднесення вони можуть бути довгостроковими та короткостроковими. Саме на цій основі варто витрати майбутніх періодів розділити на довгострокові та поточні і віднести як до необоротних, так і оборотних активів. Реалізація цієї пропозиції не потребує внесення змін до бухгалтерського балансу. Однак, вона стосується лише річної фінансової звітності і не зачіпає квартальну.

На нашу думку, не можна залишити поза увагу неправомірне відображення дебіторської заборгованості в Балансі. Вилучення з бухгалтерського балансу статті «Резерв сумнівних боргів» веде до порушення таких принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності як обачність та повне висвітлення, що не тільки

підтверджує думку про використання резерву як засобу маніпулювання витратами підприємства, а й не дає змоги зовнішнім користувачам з певною точністю оцінити відношення величини резерву сумнівних боргів та дебіторської заборгованості. Виходячи з цього, дана стаття підлягає поверненню до розділів звіту про фінансовий стан і, оскільки резерв необхідно створювати на будь-який вид дебіторської заборгованості, а не тільки на дебіторську заборгованість за товари, роботи та послуги, необхідно в складі статті «Резерв сумнівних боргів» відображати суми резервів в розрізі дебіторів, в тому числі за виданими авансами і позичальників, а також відносно дебіторської заборгованості за різними строками погашення: короткострокової та довгострокової □ у відповідних розділах балансу.

Окрім того, схилившись до думки розташовувати статті балансу в порядку збільшення ліквідності, вважаємо за необхідним розташовувати статтю «Короткострокові витрати майбутніх періодів» одразу після статті «Запаси».

Для збереження порядку розміщення статей у балансі від найменш ліквідних до найбільш ліквідних, пропонуємо внести зміни у порядок розташування короткострокової дебіторської заборгованості у другому розділі активу балансу. Найбільш ліквідною із різних видів короткострокової дебіторської заборгованості є короткострокова заборгованість забезпечена векселем, адже враховуючи гарантії, надані векселем, її перетворення у грошові кошти є найшвидшим. Тому стаття «Короткострокова дебіторська заборгованість забезпечена векселем» має відображатися після статей «Короткострокова заборгованість покупців і замовників» та «Інша короткострокова дебіторська заборгованість».

Пасив Балансу не залишився поза увагою науковців. Основні рекомендації щодо удосконалення складу пасиву бухгалтерського балансу систематизовано у табл.3

Таблиця 3

Підходи вітчизняних авторів спрямовані на удосконалення форми Балансу

Автор	Запропоновані зміни
Богатко Н.Г. [1, с. 234-235]	Розділення доходів майбутніх періодів на довгострокові та поточні та відображення їх у складі довгострокових та поточних зобов'язань відповідно
Буфатіна І. [2, с. 124-125]	Розділення статей «Доходи майбутніх періодів», «Забезпечення наступних виплат та платежів», «Цільове фінансування» на довгострокові та поточні та відображення у відповідних розділах зобов'язань
Верига Ю.А. [3, с. 152-154]	Розбиття розділу «Доходи майбутніх періодів» на дві статті «Довгострокові доходи майбутніх періодів» та «Поточні доходи майбутніх періодів» та відображення їх у складі довгострокових та поточних зобов'язань відповідно
Ганусич В.О. [4, с. 45], Гринів Б. [5, с. 11-15]	Відображення у першому розділі пасиву балансу відстрочені податкові активи зі знаком мінус. Об'єднання 1, 2 розділи пасиву балансу
Задорожний З.В., Крупка Я. Д. [6, с. 185-188]	Віднесення доходів майбутніх періодів та забезпечень наступних витрат і платежів до складу власного капіталу підприємства
Тесленко Т.І. [14, с. 266-267]	Розділення статей «Доходи майбутніх періодів» та «Цільове фінансування» на довгострокові та поточні. Відображення зобов'язань одним розділом

Серед спірних питань щодо удосконалення пасиву Балансу слід виділити: порядок розкриття статей «Забезпечення виплат персоналу», «Інші забезпечення», «Доходи майбутніх періодів».

Третій розділ пасиву чинного облікового балансу «Поточні зобов'язання та забезпечення» містить інформацію про кошти, зарезервовані для забезпечення наступних витрат і платежів, пов'язаних із зобов'язаннями перед працівниками, що будуть виплачені у поточному році, які варто вважати короткостроковими зобов'язаннями. Що стосується сум цільового фінансування, то за нормальних умов вони не підлягають поверненню, і, як наслідок, є власними коштами підприємства.

До доходів майбутніх періодів відносяться доходи у вигляді одержаних авансових платежів за здані в оренду основні засоби та інші необоротні активи (авансові орендні платежі), передплати періодичних видань, виручки за вантажні перевезення, виручки від продажу квитків транспортних підприємств та театральновидовищних заходів, абонентна плата за користування засобами зв'язку. Таким чином, можна зробити висновок, що аванси одержані стосуються передусім зобов'язань, пов'язаних із поставкою товарно-матеріальних цінностей та виконанням робіт, а доходи майбутніх періодів виникають при отриманні підприємством зобов'язань щодо надання послуг у майбутньому чи надання необоротних активів в оренду. Виконання прийнятих зобов'язань призведе до зменшення економічних вигід у майбутньому, або у вигляді поставки товарно-матеріальних цінностей чи (та) виконання робіт, або у вигляді надання послуг чи (та) надання необоротних активів в оренду.

Підходимо до висновку, що доходи майбутніх періодів варто відображати не тільки у складі зобов'язань підприємства, але і попередньо їх поділяти на довгострокові та короткострокові, що не спостерігається у діючій формі Балансу. Тому ми пропонуємо, по аналогії з витратами майбутніх періодів розподілити їх на «Довгострокові доходи майбутніх витрат» та «Короткострокові доходи майбутніх витрат» із відображенням їх у другому та третьому розділі пасиву відповідно.

В діючій формі пасиву Балансу збережено порядок ліквідності (терміну погашення) статей, що традиційно склався в нашій країні. Проте деякі позиції наразі вимагають уточнення. Так, необхідно відмітити, що протягом десятиліть довгострокові зобов'язання і забезпечення наступних витрат і платежів включалися до складу джерел власних і прирівняних до них коштів та служили для визначення величини власних оборотних засобів підприємства. Тому, нами пропонується перегрупувати статті пасиву балансу відповідно їх економічній суті, зокрема включити статтю «Цільове фінансування» до розділу I пасиву «Власний капітал».

Зіставляючи зміст та структуру оновленої форми Балансу із формою про фінансовий стан відповідно до вимог МСБО, дійшли висновку, що методичний аспект, передбачений НП(С)БО 1, поки ще не достатньо відповідає Концептуальній основі фінансової звітності за МСФЗ.

Такої ж думки і С.Ф. Голов, який стверджує, що оновлені форми фінансової звітності (в т.ч. і Баланс), протирічать базовим положенням МСФЗ, серед яких МСБО 1 «Подання фінансової звітності» і МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів» (це стосується всіх форм), і такі невідповідності не можна виправити лише розкриттям коригуючої інформації у примітках [12]. Тому сформовані пропозиції сприятимуть ефективній адаптації даних Балансу до запитів управлінської системи у жорсткому економічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Богатко Н.Г. Вопросы совершенствования бухгалтерского баланса / Н.Г. Богатко, Н.Н. Ренсевич Н.Н. // Проблемы становления рыночной экономики: информационное и финансовое обеспечение деятельности предпринимательских структур: матеріали між вуз. наук.-практ. конф., (Севастополь, 4-6 травня 2014 р.). – Севастополь, 2014. – С. 234-235.
2. Буфатіна І. Оптимізація структури балансу з точки зору інтересів користувачів фінансової звітності / І.Буфатіна // Удосконалення обліку та аналізу господарської діяльності на основі впровадження нових положень (стандартів) бухгалтерського обліку в Україні % матеріали міжнародної науково-практичної конф. (Київ 16-18 жовтня 2014 р.). – К. : КНЕУ, 2014. – С. 124-125.
3. Верига Ю.А. Исторический аспект развития баланса та використання його в аудиті / Ю.А. Верига // Вісник ТНЕУ. – 2014. - №3. – С. 152-154
4. Ганусич В.О. Баланс та аналіз фінансової стійкості підприємства на його основі (на прикладі сільськогосподарських підприємств Закарпатської області): дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / Вероніка Олександрівна Ганусич. – Ужгород, 2014. – 228 с.
5. Гринів Б. Проблеми бухгалтерського балансу : його використання в аналізі / Б. Гринів // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. – № 1. – С. 11-15.
6. Задорожний З.В. Формування інформації про капітал у балансі підприємства / З.В. Задорожний, Я.Д. Крупка // Торгівля, комерція і підприємництво: 36.наук. праць ЛКА. – Львів, 2012. - №5. - С.185-188.
7. Іонів Є. Проблеми впровадження в Україні міжнародних стандартів розкриття інформації (IOSCO): аналітичні аспекти / Є. Іонів // Бухгалтерський облік і аудит. – 2014. - № 4. – С. 24-34.
8. Колисник М. Третье измерение баланса / М. Колисник // Стратегии. – 2014. - № 4. – С. 78-81.
9. Легенчук С.Ф. Бухгалтерське відображення інтелектуального капіталу: дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / Сергій Федорович Легенчук. – Житомир, 2006. – 334 с.
10. Лончакова В.О. Недоліки та переваги сучасної форми бухгалтерського балансу / В.О. Лончакова // Вісник ЖІТІ. – 2015. – № 19. – С. 164-166.
11. Малюга Н.М. Бухгалтерський облік в Україні : теорія й методологія, перспективи розвитку : [монографія] / Н.М. Малюга. – Житомир : Рута, 2012. – 548 с.
12. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 "Подання фінансової звітності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/file/link/364242/file/ias-01.pdf.
13. Пушкар М.С. Облікова політика і звітність / М.С. Пушкар. – К. : Карт-бланш, 2013. – 141 с.
14. Тесленко Т.І. Класифікація поточних зобов'язань та відображення їх у балансі промислового підприємства / Т.І. Тесленко // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 35-річчю кафедри бухгалтерського обліку і аудиту (Полтава, 16-17 травня 2015 р.). - Полтава : ПУСКУ, 2015. – С. 266-267.
15. Яремко І.Й. Балансознавство у контексті і форматі методології економічної науки / І.Й. Яремко, Т.В. Федак // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2015. - № 647. – С. 547-552.

Анастасія Чикановська, 1 курс, спец. «Облік і аудит», з/ф,
Наук. кер. – Романчук А.Л.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В МЕНЕДЖМЕНТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор розкриває сутність управлінського обліку, його концептуальні засади. Особливу увагу в статті приділено висвітленню місця управлінського обліку в системі менеджменту сучасного підприємства поруч з іншими функціями управління.

У сучасних кризових умовах функціонування промислового підприємства від правильних, адекватних цим умовам рішень залежить не лише можливість ефективної його діяльності, але і само існування підприємства. Саме з таких причин в економіці нашої країни почав впроваджуватися та використовуватися управлінський облік одночасно із орієнтацією підприємства на вимоги ринку.

Управлінський облік як система надання інформації про діяльність підприємства займає велике значення, будучи головним помічником для керівництва підприємства в питаннях залучення і витрачання ресурсів з найвищою віддачею.

Необхідність застосування управлінського обліку обумовлена неспроможністю існуючої системи фінансового обліку в повній мірі та своєчасно задовольнити потреби керівництва в необхідній управлінській інформації. Більш того, головним завданням звичного для бухгалтерів фінансового обліку виступає виключно формування підсумкових фінансових документів (звітності) з орієнтацією в більшій мірі не на внутрішнє управління, а на зовнішнього користувача. Іншими словами фінансовий облік є ретроспективним відображенням фактів, які стали історією в діяльності підприємства і на які не можна аж ніяк впливати. Саме через це управлінський облік виступає універсальною системою, завдання якого полягає в забезпеченні вимог внутрішніх користувачів для потреб управління (менеджменту).

Проблеми впровадження управлінського обліку розглядалися вітчизняними і зарубіжними фахівцями, серед яких: А.Апчерч, Е. Аткинсон, Р. Банкер, Р. Каплан, П. Атрилл, Р.Гаррісон, К. Друрі, П.М. Гарасим, Г.П. Журавель, П.Я. Хомин, С.Ф. Голов, Т.П. Карпова, О.В. Лишиленко, П.М. Мансуров, Л.В. Нападовська, В.Ф. Палій, В.В. Сопко та ін.

Формування управлінського обліку є результатом незадоволеного попиту на економічну інформацію з боку менеджменту підприємств для потреб управління. Бухгалтерський облік, який регулюється та спрямований на отримання інформації для складання фінансової звітності, й управлінський облік відрізняються за споживачами інформації та їх вимогами до її обсягу та змісту, а також об'єктами управління, щодо яких приймаються рішення на підставі наданої економічної інформації.

Досить важко встановити дату відліку життя управлінського обліку як науки та практичної діяльності. Певною мірою для України це є 16 липня 1999 року одночасно із прийняттям Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Оскільки саме в цьому документі прозвучало вперше визначення внутрішньогосподарського (управлінського) обліку. З тих часів в нормативній базі нічого майже не змінилось в області регулювання питань організації та ведення управлінського обліку, а саме їх відсутності.

Проте зовсім інша ситуація спостерігається у наукових колах. Так, останнім часом у світ вийшло дуже багато підручників з управлінського обліку як вітчизняних авторів, так і іноземних. Однак одне з перших ґрунтовних досліджень у цій сфері на теренах колишнього Радянського Союзу ще в 60–70-х роках минулого століття провів академік М. Г. Чумаченко [5]. Сформувалася вітчизняна школа науковців у сфері управлінського обліку. Було захищені чисельні докторські та кандидатські дисертації з цієї тематики.

Систематизація світового внеску у формування концепції управлінського обліку дозволила розробити періодизацію його розвитку, що включає два великих історичних періоди, які відображають передумови виникнення, становлення та розвитку управлінського обліку (рис.1).

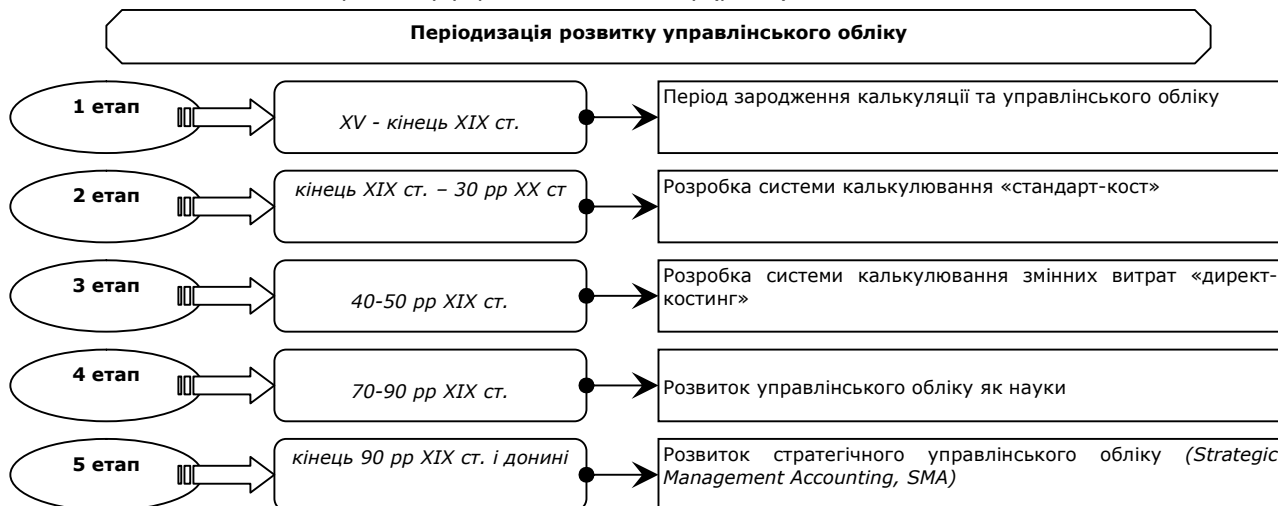


Рис.1. Етапи формування та розвитку управлінського обліку

Процес становлення управлінського обліку простежується в двох напрямках: американському та європейському. Відмінність між ними полягає в тому, що в англо-американській практиці управлінський облік існує не залежно від фінансового та спрямований на оперативний контроль за витратами, а європейській – виробнича і торгова бухгалтерія взаємно доповнюють одна одну і спрямовані на обчислення собівартості продукції.

Розкриття змісту будь-якого економічного поняття варто розпочинати з нормативно визначеного трактування терміну. Саме з цієї точки зору, повернемося до вітчизняного законодавства, в якому «внутрішньогосподарський (управлінський) облік» - система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Окрім того зазначено, що підприємство самостійно розробляє систему та форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності й контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів [3].

Однак таке визначення є досить загальним і не дає належного розкриття його змісту. На нашу думку, управлінський облік є більш складним та має багатоелементну будову, тому набуває властивості таких понять як «управління» та «облік».

Узагальнюючи думки науковців, усуваючи неточності, було сформоване власне визначення: управлінський облік – це система внутрішнього обліку і обробки інформації фінансово-господарської діяльності підприємства, необхідної для виконання всіх функцій управління на оперативному, тактичному та стратегічному рівнях, а саме: планування та прогнозування, оцінювання, регулювання, координації, мотивації, організації, обліку та контролю діяльності підприємства в цілому та його структурних підрозділів в цілях підвищення ефективності поточних операцій в майбутньому.

Розуміння економічної сутності управлінського обліку, як напрямку практичної діяльності в системі управління, потребує окреслення всіх концептуальних його основ – мети, предмету, об'єкту, функцій, принципів, методів тощо (рис.2).

Безумовно кожен із розкритих елементів можна розширювати і доповнювати. Так стосовно мети управлінського обліку ще й досі йде дискусія серед науковців. Так, М.С. Пушкар наголошує, що головним призначенням управлінського обліку являється своєчасне та швидке формування внутрішньої звітності, яка є вельми необхідною для затвердження управлінських рішень [4, с. 573]. Л. В. Нападовська. стверджує, що метою управлінського обліку слід вважати допомогу менеджерам приймати більш ґрунтовні та виважені рішення, що сприятимуть примноженню капіталу для власників, а для робітників – покращити рівень їх матеріального та духовного добробуту [2, с. 27].

Стосовно методів управлінського обліку, то їх є безліч та з захистом кандидатських і докторських дисертацій їх перелік тільки зростає. Але зрозуміло, що підприємства використовуватимуть ті чи інші прийоми управлінського обліку залежно від того, яку стратегічну позицію вони займають.

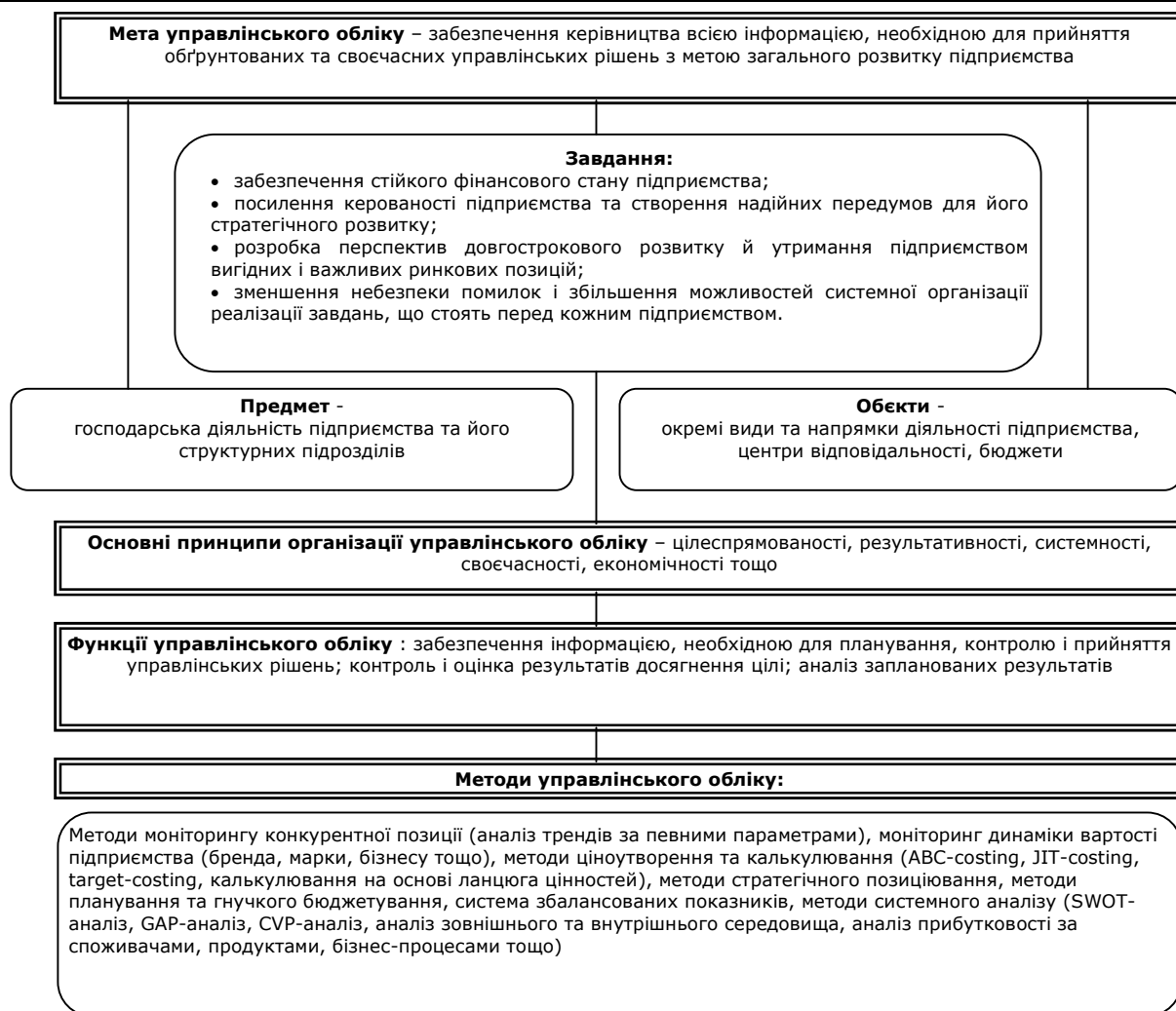


Рис.2. Концептуальні підходи до управлінського обліку

Як би не доповнювати визначення або концептуальні підходи управлінського обліку, але його результатом на виході є основна інформація, що має бути передана її користувачам у вигляді форм управлінської (внутрішньої) звітності. Як вже зазначалося в назві управлінського обліку важливе місце посідає поняття «управління». Саме через це всі функції та процедури управлінського обліку тісно пов'язані з функціями управління (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок функцій управління, управлінського обліку, вимог до управлінської інформації

Функції управління	Джерела інформації	Функції управлінського обліку	Принципи управлінського обліку	Ознака управлінської інформації	Характеристика управлінської інформації
1	2	3	4	5	6
Стратегічне планування	Прогнозні розрахунки, аналітична оцінка	Формування альтернатив майбутнього розвитку підприємства, надання допомоги в прийнятті рішень	Методологічного плюралізму	своєчасність	Інформація повинна випереджати будь-які управлінські рішення, а порядок і частота надання такої інформації мають відповідати характеру й періодичності завдань, що розв'язуються менеджером
Поточне й оперативне планування	Плани, кошториси; розрахунки, прогнози	Надання допомоги в плануванні; стимулювання результатів діяльності персоналу	Орієнтація обліку на досягнення стратегічних цілей підприємства	Диференційованість	Інформація має бути достатньо повною, але водночас такою, що відповідала б тільки запиту менеджера на конкретне завдання
Організація і мотивація	Графіки, розрахунки, звіти	Забезпечення координації та взаємодії між рівнями управління, структурними підрозділами та окремими виконавцями	Результативність	Доступність форми та змісту	Інформація збирається для менеджерів різних рівнів компетенції та освіти і повинна викладатися в доступній та корисній формі, а не у вигляді суворо регламентованих загальних документів звітності

1	2	3	4	5	6
Облік	Первинні документи, облікові реєстри, форми звітності	Вимірювання і відображення операцій; класифікація затрат та калькулювання собівартості; дослідження поведінки затрат, оцінка ресурсів і майна	Відповідальності за прийняття рішень	Компактність	Форми управлінської звітності мають бути максимально спрощені, що дасть змогу контролювати не тільки підсумкові показники, а і їх складові
Контроль	Первинні документи, облікові реєстри, звіти, аналітичні таблиці	Акцентування уваги керівників на відхиленнях; оцінка відповідності прийнятих рішень перспективним напрямом розвитку підприємства	«різної собівартості для різних цілей»	Варіативність	Інформація повинна забезпечувати можливість вибору варіанта управлінського рішення з декількох альтернатив
Аналіз	Звіти, аналітичні таблиці, розрахунки, графіки	Надання допомоги в прийнятті управлінських рішень	Економічності	-	-

Роль управлінського обліку є без сумніву дуже великою в системі управління як виробництвом так і всією діяльністю підприємства, адже є складовою механізмом обґрунтування управлінських рішень (рис.3).

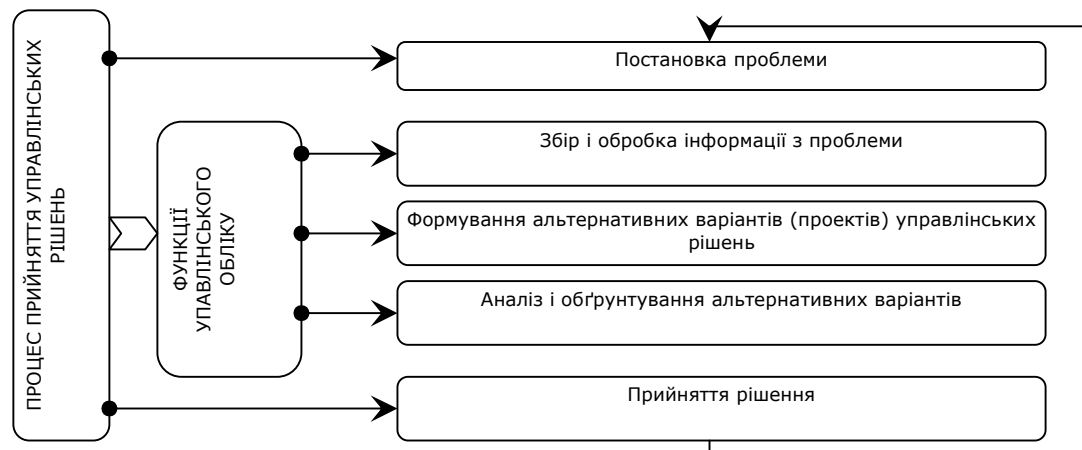


Рис.3. Взаємозв'язок системи управлінського обліку з процесом прийняття управлінських рішень

З наведеної схеми зрозуміло, що центральне місце у процесі прийняття управлінських рішень відведено функціям системи управлінського обліку.

Управлінський облік як інструмент управління робить прозорою структуру витрат компанії, адже витрати, які раніше були розкидані по узагальнених статтях бухгалтерської звітності, стають впорядкованими за об'єктами витрат та процесами, притаманними саме цьому підприємству та доступними для подальшого аналізу. Це дає можливість керівникам компанії приймати адекватні рішення щодо асортиментної політики, доцільності освоєння нових ринків, підвищення ефективності бізнес-процесів, оптимізації організаційної структури, визначення інвестиційної політики, формування ціни на продукцію, збереження позицій на ринку тощо.

Список використаних джерел:

1. Гарасим П. М. Фінансовий управлінський і податковий облік у господарських товариствах / П. М. Гарасим, Г. П. Журавель, П. Я. Хомин. – Тернопіль : Економічна думка, 2014. – 428 с.
2. Нападівська Л. В. Управлінський облік : підруч. / Л. В. Нападівська. – К. : Книга, 2012. – 544 с.
3. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 01.06.99 р. № 996-XIV. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
4. Пушкар М.С. Управлінський облік : навч. посіб. / М.С. Пушкар. – Тернопіль : ТАНГ, 2007. – 160 с.
5. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учеб. пособ. [для вузов]. / Я. В. Соколов – М. : Аудит : ЮНИТИ, 2006. – 638 с.

Олена Боршан, 5 курс, спец. «Товарознавство і торговельне підприємництво», д/ф,
Наук. кер. – Хотинь Л.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ

В статті розглянуто основні фізико-хімічні показники якості для перевірки вироблених парфумерних товарів. Наведено основні вимоги до маркування, пакування, зберігання парфумерних товарів. Здійснено оцінку рівня якості парфумерних товарів, що є найбільш вагомими у структурі товарної пропозиції на ринку України.

Український парфумерно-косметичний ринок останніми роками динамічно зростає і вже сьогодні займає значну частку на товарному ринку України. Згідно з сучасними підходами якість є універсальним і всеосяжним поняттям, під яким розуміється не тільки якість продукції та послуг, які ми споживаємо, а й якість навколишнього середовища, якість життя в цілому. Для забезпечення якості необхідна наявність не лише матеріальної бази та кваліфікованого персоналу, але й системного підходу до питань управління якістю. Актуальність теми полягає у тому, що якість стала інтегруючим поняттям, що зачіпає інтереси всіх учасників суспільного виробництва, а процес управління якістю охоплює всю систему менеджменту компанії, спираючись на системний підхід до управління всіма видами діяльності [5, с. 252].

Значення парфумерних товарів росте відповідно до підвищення культурного розвитку споживачів, які стають все більш вимогливими відповідно до розвитку ринкових відносин. Однак, питання якості парфумерних товарів є завжди актуальним, оскільки ці товари контактують зі шкірою людини і безпосередньо впливають на стан здоров'я людини.

Науковці виділяють такі основні тенденції та напрямки розвитку парфумерних товарів: зростання частки синтетичної сировини у виробництві; нові інгредієнти, тара та упаковка товарів, вирішення екологічних проблем; інформаційні технології та комунікації – мобільність суспільства та мережі Інтернет; глобалізація конкурентності та зростаюча конкуренція в торгівлі та виробництві.

Вагомий внесок у дослідження сучасного стану й тенденцій розвитку парфумерних товарів, асортименту і оцінки якості, зробили такі вітчизняні вчені, як Н.В. Луців, О.В. Вотченікова, Л.В. Пешук, Л.І. Бавіка, І.І. Васильєва, С.А. Вілкова, Л.А. Яковлева, Т.П. Писаренко, А.О. Реміга та ін.

Метою нашої статті є оцінювання рівня якості парфумерних товарів встановлюючи основні фізико-хімічні показники для перевірки вироблених парфумерних товарів.

Український парфумерно-косметичний ринок є третім за величиною серед ринків Східної Європи, після Польщі і Росії. Разом з тим український ринок є і ненасиченим. За останні декілька років ринок парфумерії і косметики демонстрував стабільний зріст: у кількісному вираженні в середньому близько 20 %, в грошовому – не менше 25 % щорічно. На ринку парфумерних товарів України питома вага продукції вітчизняного виробника дуже мала. Стан економіки істотно позначився на цій галузі. Зарубіжна парфумерія посідає провідні позиції як за кількістю, так і за якістю. Частка вітчизняних виробників на ринку парфумерії продовжує скорочуватися – в 2011 р. вона становила 13% у кількісному вираженні і 15 % – у вартісному [5, с. 253].

Для управління якістю продукції та його покращення необхідно оцінити рівень якості. Галузь діяльності, яка пов'язана з кількісною оцінкою якості продукції, називається кваліметрією. Оцінка рівня якості продукції є основою для вироблення необхідних керуючих дій у системі управління якістю парфумерних товарів досліджуваного підприємства.

Рівень якості продукції – це відносна характеристика, що ґрунтується на порівнянні значень показників якості продукції, що оцінюється з базовими показниками. Для знаходження значень показників якості продукції використовуються вимірні, реєстраційні, органолептичні і розрахункові методи [2, с. 51].

Українською добровільною асоціацією "Укрефірпарфюмерпром" розроблено ДСТУ 4710:2006 "Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови". Найбільш суттєвими відмінностями і нововведеннями є такі [3]:

- оновлено класифікацію виробів парфумерних рідинних залежно від значення стійкості запаху, суми масової частки запашних речовин та об'ємної частки етилового спирту;
- вперше викладено вимоги до сировини, матеріалів і безпечності парфумерних виробів, встановлено вимоги до них за мікробіологічними показниками;
- значно розширено вимоги до маркування парфумерних виробів, зокрема до списку інгредієнтів;
- змінено вимоги за фізико-хімічними показниками для духів і туалетної води.

ДСТУ 4710:2006 має значні переваги: визначені вимоги щодо охорони навколишнього середовища – контроль за викидами шкідливих речовин в атмосферу; охорона ґрунту від забруднення побутовими й промисловими відходами; утилізація промислових відходів; захист поверхневих вод від забруднення. Показник – "міцність (умовна)" замінений на показник "об'ємна частка етилового спирту" та ін.

Якість парфумерних товарів закладається на різних стадіях виробництва, починаючи з ідеї створення парфумів і до їх фасування та упаковки. На різних етапах життєвого циклу товару в залежності від умов транспортування, зберігання, продажу і використання якість зберігається або погіршується. Іноді в процесі дозрівання парфумерної композиції, який триває при зберіганні духів, якість з часом може поліпшуватися [2, с.53].

Основні фактори, що впливають на формування якості парфумерних товарів: створення і складання рецептури парфумерної продукції; сировина для виробництва парфумерії; технологія приготування парфумерних рідин; фасування й пакування парфумерних товарів.

Асортимент парфумерної продукції, вироблений промисловістю, дуже широкий і різноманітний. Вважається, що у світі щорічно розробляється близько 300 жіночих і 200 чоловічих ароматів. Одні з них живуть десятиліття, інші швидко «вмирають» і асортимент досить швидко змінюється за рахунок новинок.

Парфумерні товари групуються за наступними найменуваннями (видами):

- духи, парфумерні та туалетні води – водно-спиртові розчини запашних речовин (парфумерних композицій), застосовувані як ароматизуючі засоби;
- одеколони і запашні води – водно-спиртові розчини запашних речовин, які застосовуються як гігієнічні, освіжаючі і ароматизуючі засоби;
- дезодоранти та парфумерні дезодоранти – водно-спиртові або спирто-водні розчини запашних речовин, а також антимікробних добавок [1].

Показниками ідентифікації, автентичності та якості парфумерних рідин є: зовнішній вигляд, колір, запах, прозорість, стійкість запаху, об'ємна частка етилового спирту, сума масової частки запашних речовин, маркування та пакування товару. На сьогодні для контрафактної продукції характерна висока якість пакування і маркування, що ускладнює виявлення фальсифікату. Автентичність продукції зазвичай встановлюють на основі результатів фізико-хімічних досліджень. Визначення об'ємної частки етилового спирту проводимо згідно з ГОСТ 29188.6.

Об'ємну частку етилового спирту визначають шляхом занурення спиртометра у парфумерну рідину при температурі 20 °C. Визначення суми масової частки запашних речовин проводимо згідно з ДСТУ 4710:2006 об'ємним методом.

Метод базується на екстракції запашних речовин із парфумерних виробів рідким толуолом або ксилолом, 10 см³ парфумерного виробу вносять піпеткою в сухий циліндр, закріплений у штативі, додають піпеткою 5 см³ толуолу або ксилолу та 20 см³ сольового розчину температурою плюс 70-75 °C.

Циліндр, уникаючи струшування, прокручують між долонями 30-40 с, витримують за кімнатної температури 30-40 хв. Вимірювання об'єму утвореного екстракту толуолу або ксилолу проводять за нижнім меніском стовпчика рідини. Якщо лінія розташування нечітка, додають 2-3 краплі розчину метилового оранжевого [2, с.55].

Парфумерні товари повинні виготовлятися з якісної сировини за рецептами та технологічними регламентами при обов'язковому дотриманні затверджених санітарних правил та норм. Вміст композиції для кожного найменування парфумерії повинен бути не нижчим від стандартних норм, встановлених для кожної групи. Міцність спирту не може відхилятися більше ніж на 1% від рецептурних норм.

Парфумерні товари мають бути однорідними, прозорими рідинами без осаду та помутніння. Духи та одеколони повинні мати приємний запах, характерний для певного найменування. Колір товарів має відповідати контрольним зразкам конкретного найменування, за стійкістю запаху – своїй групі товарів.

Парфумерні рідини фасують в скляні, кришталеві, фарфорові, полімерні флакони або скляні пробірки. Флакони повинні бути виготовленими із добре відпаленого скла, не мати великих пазурів та забруднень. Необхідно щоб скляні пробки мали правильну форму, були щільно притерті до шийки флакона, обов'язково покриті на стик желатином або лаком для герметичності. У флаконів з нагвинчуваними ковпачками різьба має бути правильною та чіткою. Ковпачки повинні відповідати кольору та розміру флакона, мати прокладку тільки із спеціальної гуми або еластичної пластини і бути закрученими повністю. Флакони з плечиками повинні бути заповненими по плечики, а якщо їх немає, то потрібно залишити до 4% об'єму для повітряного простору [4, с. 155].

Флакон із пластмаси з пульверизатором заповнюється до вказаного об'єму (у мілілітрах) на етикетках. Найбільшим зручністю користування володіють флакони з аерозольними клапанами – спреї. На аерозольний клапан зверху надівається ковпачок, горловина флакона може додатково мати декоративну обробку. При маркуванні обсягу парфумерних рідин прийнято вказувати її точний обсяг в мл. Флакони з парфумерними упаковують у художньо-оформлені футляри. Велика частина дорогої продукції обтягається плівкою з целофану або лавсану. Парфумерні вироби зберігають при температурі не нижче +5 °C і не вище 25 °C у критичних складських приміщеннях в упаковці виробника. Вироби при зберіганні не повинні піддаватися безпосередньому впливу сонячного світла. При зберіганні необхідно дотримуватися заходів протипожежної безпеки, оскільки це легкозаймисті рідини. Парфумерію зберігають у сухих складських приміщеннях з відносною вологістю повітря не більше 70%.

При знижених температурах одеколони, парфуми втрачають свою прозорість, мутнішають, в них може утворитися осад. При підвищеній температурі змінюється колір парфумерних товарів, погіршується їх запах. Щоб уникнути випаровування рідких продуктів, погіршення запаху, окислення товари зберігають у непорушеній фабричній упаковці. Їх не можна зберігати поблизу опалювальних приладів. Коробки та ящики з товаром укладають на стелажах на відстані не менше 10 см від підлоги. Висота штабелів – не більше 1,5 м [4, с. 157]. Флакони в упаковці повинні бути розташовані пробками догори. На складах слід дотримуватися правил протипожежної безпеки, оскільки багато парфумерно-косметичні товари (духи, одеколони, лаки, рідина для зняття лаку та ін) вибухонебезпечні. На парфумерно-косметичні товари встановлено наступні гарантійні терміни: духи і одеколони групи екстра – 15 місяців. Етикетки повинні бути яскравими, незабрудненими, акуратно приклеєні.

Отже, загалом український ринок парфумерних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших непродовольчих товарів. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головні завдання складаються з покращення якості і розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності, а також більш активного її просування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Виявлення контрафактних парфумерних рідин можливо лише за умови комплексного дослідження, що включає аналіз маркування, визначення органолептичних і фізико-хімічних показників. Регламентовані в національних стандартах показники не в повній мірі уможливають встановлювати автентичність продукції. Доцільним є доповнення ДСТУ 4710:2006 новим показником "хімічний склад запашних речовин", оскільки саме він визначає різницю між престижною маркою, де використовуються переважно натуральні й високоякісні компоненти.

Список використаних джерел

1. Ассортимент і контроль якості парфумерних товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrbukva.net/print:page,1,31771-Assortiment-i-kontrol-kachestva-parfumernyh-tovarov.html>.
2. Вотченікова О.В. Оцінка рівня якості парфумерних товарів / О.В. Вотченікова // Товарознавство та інновації : зб. наук. праць / голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2010. – Вип. 2. – С. 50-59.
3. ДСТУ 4710:2006. Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови. – [Чинний від 2008-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 14 с.
4. Крюк Т. Ідентифікація парфумерних рідинних виробів / Т. Крюк // Товари і ринки. – 2013. – №2. – С. 154-159.
5. Луців Н. В. Товарознавчі аспекти дослідження ринку парфумерних виробів в Україні / Н. В. Луців // Науковий вісн. НЛТУ України : зб.наук.-техн. пр. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.04. – С. 252-261.

Іванна Буряк, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О.Ю.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

БЕЗПЕЧНІСТЬ ЕНЕРГЕТИЧНИХ НАПОЇВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

В статті розглянуто енергетичні напої з точки зору безпечності їх споживання. Висвітлено історію виникнення поширення та ставлення до даної категорії напоїв у різних країнах світу. Проаналізовано їх вміст, відмінності та вплив на організм людини.

В даний час сформувалася певна мода на вживання енергетичних напоїв, товарообіг яких займає значну частину, незважаючи на те, що є юним сегментом на українському ринку. Останнім часом спостерігається тенденція на споживання енергетичних напоїв за аналогією з європейськими країнами.

Постановка проблем. Сучасний ритм життя людини вимагає від неї повної віддачі та в окремих випадках ми повинні стимулювати його до активної діяльності. Допомогають нам у цьому енергетичні напої. Та чи можемо ми говорити про цілковиту їх безпечність для нашого організму, адже речовин які містяться в них при необдуманому вживанні можуть призвести до шкідливих, а в деяких випадках навіть летальних наслідків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання безпечності вживання енергетичних напоїв наразі актуальне та вивчення його не достатньо ґрунтовне.

На думку Т. Желобецької енергетичні напої мають свої плюси і мінуси, і для кожної людини вони є різними.

Грищенко І.В. у своїй роботі вивчала небезпечність енергетичних напоїв і причини їх популярності серед сучасної молоді.

У даному дослідженні ми розкрили безпосередньо вміст енергетичних напоїв та вплив кожного інгредієнта на організм людини.

Виклад основного матеріалу. Природні психостимулятори були відомі людству всього світу з глибокої давнини. Найпоширенішим з них був кофеїн. Його джерелом в Індії та країнах Близького Сходу була кава; в Китаї і країнах Південно-Східної Азії - чай; в Америці - рослина йерба мате, горіхи кола. Крім того, історія знає приклади використання сильніших стимуляторів, таких як листя коки в Південній Америці, ефедрі і ката - в Азії. Жителі Монголії і Сибіру використовували женьшень, елеутерокок, аралію та інші стимулюючі рослини [3].

У 1982 році австрієць Дітріх Матешіц, перебуваючи в Китаї, спробував місцевий тонізуючий напій і привіз ідею його приготування в західні країни. У 1984 році він заснував перше підприємство по промислового виробництва енергетичного напою - популярного і зараз "Red Bull". Продукт виявився настільки успішним, що незабаром на ринку з'явилися десятки напоїв з подібними властивостями. Гіганти "питної" промисловості "Кока-кола" і "Пепсі-кола" теж не залишилися осторонь, випустивши відповідно "Burn" і "Adrenaline Rush" [4].

В сучасному житті енергетичні напої досить поширені. Їх можна побачити у кожному кіоску, на танцювальних майданчиках, в кафе та барах, навіть на спортивних майданчиках.

За допомогою реклами виробники їх позиціонують як засоби, що допомагають боротись з втомою, як помічник для спортсменів, студентів та людей, які займаю розумовою діяльністю.

Однак в науковому світі та засобах масової інформації йде гаряча дискусія про їх реальну дію та побічні ефекти від їх вживання. А погляди на це питання дуже різняться: одна сторона стверджує, що енергетики не мають багато відмінностей від звичайних газованих напоїв, а інша - прирівнює їх дію до дії наркотичних засобів.

Світовий досвід показує, що відношення до безпечності вживання цих напоїв досить серйозне - у таких країнах, як Франція, Данія, Норвегія енергетики продаються тільки в аптеках та вважаються біологічно активними добавками. У Новій Зеландії, Австралії енергетичні напої заборонені зовсім - і продаж, і виробництво. Україна теж ввела обмеження на вживання енерготоніків: напій не може містити більше двох тонізуючих компонентів, на банці повинні вказуватися обмеження щодо використання, а реалізація їх у школах заборонена.

Останнім часом увага до енергетичних напоїв збільшилась у зв'язку з декількома смертельними випадками імовірно після їх вживання.

У тому, що енергетичні напої можуть підбадьорити, а також у тому, що вони мають побічні ефекти, немає нічого дивного: вся справа в кофеїні. У високих дозуваннях кофеїн дає побічні ефекти, знайомі кожному, хто зловживає кавою: тремор, нервозність, нудота та безсоння.

Члени Американської асоціації виробників напоїв, торгової групи, що об'єднує виробників енергетичних та інших неалкогольних напоїв, свідомо застерігають проти вживання напоїв, що містять кофеїн дітьми, вагітними жінками та людьми, чутливими до кофеїну.

Однак існує кілька факторів, які заважають споживачеві оцінити вплив енергетичних напоїв. Комісія з контролю за ліками та продуктами харчування обмежує вміст кофеїну в газованих напоях 71 міліграмом на банку обсягом у 350 мілілітрів, проте ці обмеження не поширюються на енергетичні напої. Виробники безалкогольних напоїв повинні вказувати вміст кофеїну на етикетках, однак на напої, що продаються як

дієтичні добавки - а саме до цієї категорії належить більшість популярних енергетичних напоїв - це правило не поширюється.

Більше того, не варто беззастережно вірити етикетці: в доповіді, нещодавно опублікованій в Consumer Reports, говориться, що в п'яти з шістнадцяти енергетичних напоїв містилося принаймні на 20% більше кофеїну, ніж було заявлено на упаковці.

Отож, що насправді являють собою ці «батареї» для нашого організму.

Попри те, що на полицях магазинів світу присутні десятки видів енергетичних напоїв, їх основні інгредієнти не сильно відрізняються [2].

Сахароза - поєднання фруктози та глюкози. Використовується в чистому вигляді для підсолодження напоїв і кондитерських виробів.

Глюкоза - найпоширеніший цукор в реакціях метаболізму людини, основна поживна речовина, доставляється кров'ю до органів і тканин. Надходить в організм з їжею як продукт перетравлення сахарози, крохмалю, глікогену і інших вуглеводів. Може синтезуватися з інших органічних речовин.

Кофеїн - поширений психостимулятор, міститься в чаї, каві, мате, гуарані, горіхах кола і деяких інших рослинах. Зменшує відчуття втоми і сонливості, підвищує розумову працездатність, прискорює пульс, має легкий сечогінний ефект. Період стимуляції змінюється втому, що вимагає адекватного відпочинку. Дія середньої дози кофеїну продовжується близько 3-х годин, проте виводиться він набагато повільніше, тому при повторному вживанні можливе передозування. Воно проявляється збудженням, безсонням, нервозністю, дратівливістю, судомою, болем у животі, прискореним і нерегулярним серцевим ритмом, а при дуже високих дозах - психозом, пошкодженням м'язів, аритмією і смертю (смертельна доза для людини - 10-15 г кофеїну, або 100 -150 чашок кави). Систематичне вживання великих кількостей кофеїну призводить до розвитку наркотичної залежності - кавоманія.

Теобромін - речовина, схожа за будовою і дією з кофеїном, але володіє приблизно в 10 разів меншим психостимулюючим ефектом. Міститься в какао і какаопродуктах.

Таурин - амінокислота, що накопичується в м'язових тканинах. Кожен день з їжею ми отримуємо 200-300 мг таурину, а організм дорослої людини здатний виробляти його сам. Вважається, що він покращує роботу серця. Проте останнім часом в середовищі медиків з'явилися думки, що таурин взагалі не робить ніякого впливу на людський організм [1].

Глюкуронолактон - один з природних метаболітів глюкози в людському організмі. Міститься також в крупах, червоному вині, деяких рослинних смолах. Ніякими "енергетичними" властивостями не володіє, дещо покращує виведення з організму токсичних продуктів обміну речовин. В енергетичних напоях міститься в кількості, що перевищує природну добову вироблення в 250-500 разів.

L-карнітин - речовина, яка синтезується в організмі з амінокислот лізину або метіоніну. Організм людини не потребує додаткового джерела L-карнітину крім власного вироблення і надходження з їжею. Дія високих доз цієї речовини невідома.

D-рибоза - цукор, що входить до складу рибонуклеїнової кислоти, аденозинтрифосфornoї кислоти та деяких інших важливих біологічних молекул. Виробляється в організмі людини. Його здатність стимулювати енергетичний обмін дуже перебільшена.

Вітаміни групи B - необхідні організму речовини для багатьох біохімічних реакцій. У звичайному раціоні сучасної людини містяться в достатніх кількостях. Не володіють енергетичними властивостями [4].

Гуарана - рослина-чемпіон за змістом кофеїну, завдяки цьому її стимулюючий потенціал в 2-5 разів вищий, ніж потенціал самої кави. До того ж гуарана, на відміну від розчинної кави, не дратує шлунок. Напис «екстракт гуарани» на банці з напоєм фактично є синонімом слова «кофеїн».

Женьшень - природний стимулятор різнобічного дії. Надмірне вживання загрожує тривожністю, безсонням і підйомом артеріального тиску.

Достатньої інформації про поєднання таких речовин і їх дію немає, тому людина, яка вживає даний напій, крім гарантованої стимуляції кофеїном, отримує важкий удар по організму невідомими і досі ефектами дії інших речовин.

Поєднання вищенаведених речовин у найпопулярніших енергетичних коктейлях різне - деякі мало відрізняються від кави, деякі сильні і потребують більшої обережності до вживання (табл. 1).

Несправедливо вважати, що енергетичний коктейль насичує енергією - він відкриває сховані резерви організму. Іншими словами - енергетик не дає енергії, він висмоктує її з нас. Людина використовує свої власні ресурси, черпаючи їх з запасів. Звичайно, після енергетичного вибуху організму потрібно відпочити, він виснажується і дає нам про це знати втому, безсонням, дратівливістю і депресією.

Енергетика діляться на дві групи - власне енергетичні напої та так звані «спортивні». Головною відмінністю від власне енергетиків є відсутність в них кофеїну, проте вони насичені вітамінами, амінокислотами, вуглеводами та білками, такими потрібними для спортсменів. Вони призначені для запобігання втраті рідини та необхідних для організму речовин внаслідок фізичного навантаження. Енерготоніки спортсменам протипоказані, адже крім того, що вони дають велике навантаження на серце, основним компонентом їх є кофеїн, який стимулює перфузію нирок і сприяє втраті води організмом.

Кожна людина може підібрати напій відповідно до її способу життя та вподобань. Енергетики із вмістом кофеїну підійдуть студентам, людям які займаються розумовою діяльністю чи мають ненормований робочий день, а "вуглеводно-вітамінні" - спортивним людям, які приділяють велику увагу фізичним навантаженням [3].

В енергетичних напоях є комплекс вітамінів і глюкоза. Чим корисні вітаміни відомо всім - вони потрібні для нормального функціонування всього організму. Глюкоза теж важливий компонент окислювальних процесів, вона швидко всмоктується кров'ю та є провідником енергії до м'язів та інших органів.

Вміст вищезазначених інгредієнтів у найпопулярніший напоях

Red Bull	Burn Burn	Adrenaline Rush
вода; сахароза; глюкоза; двоокис вуглецю; таурин - 0,4%; глюкуронолактон - 0,24%; кофеїн - 0,03% (75 мг); вітаміни B3, B5, B6, B12, B8 в кількості, що не перевищує добову потребу; ароматизатори, барвники, регулятори кислотності.	вода; сахароза; двоокис вуглецю; глюкуронолактон; таурин; кофеїн (не більше 350 мг / л); екстракт гуарани; теобромін; вітаміни B3, B5, B6, B12, B8 в кількості, що не перевищує добову потребу; ароматизатори, барвники, регулятори кислотності.	вода; сахароза; двоокис вуглецю; таурин (399мг, 100% від добової норми споживання); D-рибоза (201мг, 100% від добової норми споживання); натуральний кофеїн (разом з гуараною не більше 30 мг); вітаміни C, B6, B12, B8 в кількості, що не перевищує добову потребу; екстракт гуарани; екстракт женьшеню (4,8 мг); мальтодекстрин; ароматизатори, барвники.
Висновок: за змістом стимулюючих інгредієнтів мало відрізняється від чашки чорної кави з цукром.	Висновок: містить найбільшу кількість кофеїну, посиленого теоброміном і екстрактом гуарани, відповідно, вимагає більшої обережності у застосуванні.	Висновок: напій містить відносно мало кофеїну, стимуляція досягається його поєднанням дією з женьшенем. Мабуть, найбільш "м'який" з усіх енергетичних напоїв, проте це не означає, що його можна пити більше - зверніть увагу, що в одній баночці міститься добова норма таурину і рибози.

Відмінністю енергетиків від звичайної кави є тривалість дії: 1-2 години для кави та 3-4 години для коктейлів. Також важливим є те, що майже всі тоніки газовані, що прискорює їх дію.

Енергетичні напої можна вживати в будь-яких ситуаціях (танцювальні майданчики, автомобіль) адже вони упаковані в зручну тару, що не завжди можливо з тими ж кавою або чаєм.

Існує конкретна дозованість енергетиків – 1-2 порції в день. У разі передозування можливе значне підвищення рівня цукру в крові або артеріального тиску.

Звичайно, вітамінний комплекс, що входить до складу енерготоніків не може повністю замінити потребу організму, а людям, які страждають на серцеві захворювання чи мають проблеми з тиском взагалі протипоказане вживання даних напоїв. Кофеїн, що входить до складу тонізуючих засобів, впливає та виснажує нервову систему, як і всякий стимулюючий препарат. Ефект від нього триває недовго, а після нього організму потрібен ґрунтовний відпочинок. До того ж кофеїн, що є загальновідомим фактом, викликає звикання, а у поєднанні з іншими компонентами ще й поготів.

Велика кількість вітаміну В, який входить до складу деяких енергетичних коктейлів, здатна викликати прискорене серцебиття, тремтіння в ногах і руках.

Тоніки містять таурин і глюкуронолактон. Зміст таурину в кілька разів вище, ніж у всіх інших продуктах, кількість глюкуронолактону, міститься в двох банках, може майже в 500 разів (!) перевищує денну дозу цієї речовини. Як ці компоненти працюють в таких дозах в нашому організмі, невідомо навіть ученим. Незрозуміло, як вони взаємодіють і з кофеїном. Саме тому експерти Наукового комітету з їжі Європейського союзу офіційно заявляють, що безпека використання в таких дозах таурину і глюкуронолактону не встановлена і для цього необхідні подальші вивчення [5].

Як бачимо, аргументів «проти» більше, ніж аргументів «за». І все ж, цілком можливо, у житті може наступити момент коли ви відчуваєтеся необхідність випити баночку енергетичного напою. У такому випадку потрібно ознайомитись з правилами вживання тоніків, щоб не завдати своєму організму шкоди.

В цілому, енергетичні напої, якщо ними не зловживати, безпечні для більшості людей. Як правило, в них багато калорій і кофеїну, проте вони приносять не більше шкоди, ніж більшість популярних напоїв на основі кави, а фруктові соки і глюкоза, що міститься в багатьох продуктах, здатні піднести наш дух до тих же висот. Так що вирішувати, вживати тоніки чи ні, належить особисто кожному.

Список використаних джерел:

1. Вред энергетических напитков. Или польза? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://www.ovrede.ru/vred-energeticheskikh-napitkov/11-vred-energeticheskikh-napitkov-ili-polza.html>
2. Смерть от энергетических напитков — какой вред они несут? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://vrednovse.ru/napitki/vred-energeticheskikh-napitkov.html>
3. Энергетики: вред доказан? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://medportal.ru/mednovosti/news/2014/10/15/435energetics/>
4. Энергетические напитки (энергетики). Вред и польза энергетических напитков. История появления и содержание энергетических напитков? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: -<http://www.inmoment.ru/beauty/health-body/power-drinks.html>
5. Энергетические напитки: вред и польза энергетических напитков? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://www.inmoment.ru/beauty/health-body/power-drinks.html>

Станіслав Глібка, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій», д/ф
 Наук. кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ ПРОДУКТІВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ

Стаття присвячена проблемам безпечності продуктів дитячого харчування в Україні. Розглянуто вимоги щодо якості та безпечності продуктів дитячого харчування, досліджено основні сучасні проблеми та запропоновано напрямки їх вирішення.

В Україні ставляться підвищені вимоги до безпеки та якості продуктів дитячого харчування, їхньої харчової і біологічної цінності, а також сировини, з якої вони виробляються, адже проблема забрудненості продуктів

дитячого харчування ще залишається актуальною. В останні роки вітчизняна індустрія дитячого харчування перебуває в складному фінансовому стані, а це, в свою чергу, негативно позначається на обсягах її виробництва, а також якості та безпечності. Більшості батьків далеко не байдуже, з яких «істівних частин» фруктів або овочів виготовлено дитяче харчування. Для малюків харчування – це основа здоров'я, більшість дітей страждають різними алергіями, дисбактеріозом, дерматитами та іншими захворюваннями, причиною яких є неякісне середовище проживання.

Метою статті є дослідження сучасних проблем безпечності продуктів дитячого харчування в Україні.

Проблема безпечності продуктів дитячого харчування досить широко розглядається сьогодні в літературі різними вченими, серед яких Басараба Н., Мельник Ю., Шадрін О., Баумслек Н., Кульчицька В., Лейман Д., Подрušняк А., Шатаєва Т. та ін.

Безпечність продуктів дитячого харчування – це відсутність неприпустимого ризику у всіх процесах (на стадіях розробки, виробництва, обороту, утилізації та знищення харчової продукції), пов'язаного із заподіянням шкоди життю та здоров'ю людини (дитини) і порушенням законних інтересів споживачів з урахуванням поєднання ймовірності реалізації шкідливого фактору і ступеня тяжкості його наслідків

Сьогодні, великого значення набуло питання якості харчування для дітей, особливо для дітей грудного віку. У нашій країні основні вимоги до виробництва продуктів дитячого харчування законодавчо регламентуються законами та іншими нормативно-правовими актами, у яких визначено стратегічні загальнодержавні пріоритети у сфері забезпечення грудних дітей та дітей раннього віку достатнім, високоякісним і безпечним дитячим харчуванням [1].

Напис на продуктах харчування «Дитяче» зовсім не означає, що цей продукт призначений для дітей. Приміром, дитячі сосиски або дитяча ковбаса автоматично асоціюється в наших очах як така, що призначена для дітей, однак насправді ці продукти просто так називаються. Багато молочних продуктів, які теж носять назву «Дитячі», не відповідають вимогам дитячого харчування і насправді призначені для споживачів старшого віку. В них не обов'язково використовують тільки натуральну сировину, хоча зовні оформляють етикетку так, щоб було схоже на дитяче харчування.

Визначити, який же продукт дитячий, а який лише так називається, можна наступним чином. На продукти для малюків існує спеціальна вказівка, що він призначений для годування дітей, де вказаний вік, з якого можна його вживати. Отже, якщо на баночці відсутній напис «Для дитячого харчування», то це продукт загального споживання, який цілком може містити в собі безліч шкідливих складових. Їжа для дітей обов'язково проходить спеціальну сертифікацію та повинна виготовлятися тільки з натуральних продуктів і відповідати нормам безпеки.

В Україні гострота проблеми харчування дітей полягає не лише у виробництві якісного дитячого харчування, але і в його кількості, наприклад, потреба у продуктах для дітей віком до трьох років задовольняється тільки на 15-20 відсотків. Національних стандартів, які б відповідали світовим щодо якості таких продуктів, взагалі не існує. Близько 85 відсотків продуктів дитячого харчування – імпорتنі. У продажу зростає кількість контрабандної продукції, виробництво і якість якої ніхто не контролює. На ринку вітчизняна продукція представлена в основному молочною групою, небагато фруктово-овочевих продуктів [2].

Вимоги щодо якості та безпечності дитячого харчування промислового виробництва в Україні досить високі. На сьогодні нагальними вимогами стали стандартизація продуктів, маркування на упаковці щодо складу продукту, його харчової, енергетичної і поживної цінності, проведення обов'язкового контролю за фактичним вмістом поживних речовин, зокрема вітамінів, мінералів у продуктах харчування [3]. Медико-біологічні вимоги до продуктів дитячого харчування, якими ми зараз користуємося, були розроблені ще в 1989 році, а нові нормативи ще не напрацьовані.

Підвищені вимоги до виробництва дитячого харчування покликані забезпечити повну безпеку продукту та виключити можливість потрапляння бактерій. Особливу роль у цьому процесі відіграє упаковка. Вкрай важливо, щоб готовий продукт, який залишив межі виробничого комплексу, був захищений від впливу світла, повітря, міграції запахів.

Українське законодавство обмежує використання синтетичних харчових добавок і консервантів у виробництві продуктів дитячого харчування для дітей віком до 3-х років [3].

Особливу ж тривогу викликають продукти, які спеціально вироблені та призначені для дітей, але мають у складі компоненти, що перешкоджають зростанню та розвитку; наносять шкоду здоров'ю (генетично модифіковані інгредієнти (ГМІ), консерванти, активні добавки та ін.). У багатьох країнах у законодавчому порядку заборонено використання ГМІ та інших інгредієнтів, які несуть ризики для здоров'я дітей і підлітків. У розвинених країнах створюються спеціальні державні структури, які здійснюють контроль якості та безпеки шкільного харчування.

Можливостей у нашій державі виробляти здорове харчування для дітей предостатньо. Чимало сприяє цьому і наша бідність – українські аграрії, не маючи великих ресурсів для удобрення ґрунтів, вносять їх в чотири, а то і в десять разів менше, ніж їхні закордонні колеги. Таким чином, вироблена в Україні продукція може цілком вважатися органічною, а при правильному підході ми могли б забезпечити потреби не тільки своїх ринків, а й зовнішніх.

Проте Україна все ж підвищила вимоги до молочної сировини для виробництва дитячого харчування. Сьогодні Міністерство аграрної політики виділило кошти на розвиток спеціальних сировинних зон, де для вирощування сировини не використовують довгоживучі і небезпечні гербіциди, пестициди, добрива, а застосовують тільки ті, які розпадаються протягом короткого часу. На даний час це 59 господарств у 14 областях України. Сировина, вирощена в таких умовах, є безпечною, і з неї можна виробляти продукти дитячого харчування.

Однак ці території визначені тільки для молочної сировини. Фруктова та овочева сировина ніяк не регулюється. На думку фахівців необхідно означити спеціальні зони і по фруктовому-овочевій сировині, оскільки невизначеність ускладнює роботу підприємств. На жаль, українським компаніям простіше купити фруктову-овочево-пюре, в тому числі морквяне, абрикосове за кордоном, ніж в Україні. Як відзначають спеціалісти, якість імпоротної сировини далека від ідеалу - в ній були помічені як барвники, так і інші хімічні добавки.

Одним з головних продуктів у раціоні малюків повинні бути соки. Краще, якщо це будуть розбавлені водою фреші (в них кислотність нижче, ніж у свіжовичавлених соках). У пропонуваному на полицях супермаркетів соках дуже часто містяться додаткові консерванти, які збільшують термін придатності цього напою. Крім того, виробники часто «грішать» з якістю сировини - дитячі соки можуть виготовлятися з відновленого продукту. Нектари і морси, як правило, перевищують ліміти за змістом сахарози, які в подальшому можуть викликати алергічні реакції. Для уникнення алергії, доцільніше купувати соки, що містять глюкозу, лактозу або фруктозу. Інколи виробники дитячих соків коригують низьку якість вихідної сировини шляхом додавання консервантів, загусників, штучних барвників, ароматизаторів тощо, що «поліпшує» недоліки виробничої технології, чи взагалі випускає фальсифікований продукт. При цьому, незалежно від використаної технології, під час маркування соків виробники наводять інформацію, що свідчить про нібито їх натуральність [1].

Що стосується сухих молочних сумішей, то в їх складі досить часто знаходять рослинні жири. Вони негативно впливають на мозок і кровоносну систему дитини.

Найбільша проблема на ринку дитячого харчування полягає у відсутності вітчизняних інгредієнтів, адаптованих для додавання в такі продукти. Щоб виготовити дитяче харчування, необхідні технологічні харчові та біологічно активні добавки (мінеральні речовини, вітаміни), а також добавки для приготування спеціальних лікувальних продуктів (певні амінокислоти та ін.), без яких не обійтися при особливій патології у дітей. На сьогоднішній день вітчизняні виробники змушені закуповувати такі компоненти за кордоном, відповідно, дитяче харчування стає дорогим, наприклад, харчування однорічної дитини обходиться приблизно в 25-30 грн. на день.

Інша проблема полягає в тому, що не всі батьки можуть дозволити собі купувати продукти високої якості у широкому асортименті. В результаті, діти не завжди отримують необхідне їм харчування. Крім того, виробникам потрібна фінансова допомога, проте за останні роки в нашій державі відсутні програми підтримки виробництва та розробки продуктів дитячого харчування. А якщо не прийнята програма, немає фінансування, це означає, що галузь не розвивається належними темпами.

Окремим питанням є забезпечення галузі спеціальною екологічно чистою і якісною сировиною, адже через вкрай незадовільний стан вітчизняної бази для виробництва продуктів дитячого харчування, це зробити досить важко. Реальну небезпеку для споживачів являє забруднення продуктів важкими металами через викиди промислових підприємств і транспорту, застосування антибіотиків у тваринництві та хімікатів і добрив у рослинництві. Для виробництва екологічно чистих продуктів необхідно, у першу чергу, вирішувати загальні еколого-економічні проблеми, розроблювати систему вимог щодо санітарно-гігієнічних умов годівлі й утримування тварин, умов транспортування та технологічних умов переробки сировини, впроваджувати моніторинг доброякісності й біологічної цінності продуктів для дітей впродовж усього технологічного ланцюга.

Виробництво продукції дитячого харчування повинно здійснюватися за належних санітарно-гігієнічних умов виробництва, а технологічні процеси мають забезпечувати виробництво продукції високої якості. Для гарантування якості продуктів дитячого харчування необхідно впроваджувати сучасні системи контролювання безпеки та якості, що гарантують належний підхід до контролю небезпечних чинників, ніж традиційні процедури контролю якості кінцевого продукту. На сьогодні в систему НАССР впроваджена на всіх підприємствах з виробництва продуктів дитячого харчування.

Нові види продуктів дитячого харчування розробляють відповідно до існуючих медико-біологічних вимог, які базуються на сучасній концепції адекватного харчування. Зважаючи на це, асортиментний сегмент такої продукції має враховувати рівень розвитку функціональної зрілості органів травлення і ферментних систем організму дитини, передбачати як відповідний хімічний склад продукції, так і її токсикологічну безпеку [4].

Вирішувати всі проблеми потрібно за допомогою держави: необхідно законодавчо зрівняти в правах вітчизняних виробників та імпортерів, це стосується регулювання рентабельності та торговельної надбавки, які розповсюджується виключно на українських виробників. Стабілізація і відродження галузі виробництва продуктів дитячого харчування можливі за умови здійснення чіткої стратегічної лінії з боку держави з обов'язковим фінансовим забезпеченням за рахунок коштів державного бюджету.

Безпека продуктів дитячого харчування – це стан обґрунтованої впевненості в тому, що харчові продукти за звичайних умов їх використання не є шкідливими і не представляють небезпеки для здоров'я нинішнього і майбутніх поколінь. Харчові продукти повинні бути розфасовані й упаковані такими способами, які дозволяють забезпечити збереження якості та безпеку при їх зберіганні, перевезеннях і реалізації.

Всього 15% продуктів для малюків на українському ринку вітчизняного виробництва, решта 85% - імпортного. Українські виробники заявляють, що поставлені в нерівні умови - імпортна продукція не перевіряється так ретельно, як вітчизняна, та й на імпорт немає обмежень торгових націнок, тоді як робота і доходи вітчизняних підприємств жорстко регулюються державою.

Нині галузь дитячого харчування поступово розвивається, з'являється все більше підприємств, залучаються додаткові інвестиції для виробництва продукції. Необхідно докласти всіх зусиль, щоб контролювати якість продуктів, не допускати неякісну продукцію на ринок. Той розвиток, який вже почався, а це і поява сировинних зон, і придбання підприємствами нового автоматизованого обладнання, і розширення асортименту продукції – в цілому позитивно впливає на розвиток галузі. До того ж сьогодні при виробництві дитячого харчування враховуються рекомендації педіатрів. Перспективи розвитку ринку дитячого харчування відповідають тенденціям розвитку нашої науки в цій галузі. На даний момент розробляють нові документи, які адаптовані до ситуації на ринку.

Список використаних джерел:

1. Кульчицкая В. В Украине детское питание безопасно [Електронний ресурс] / В.В. Кульчицкая. – Режим доступу: [http:// www.consumerinfo.org.ua/ must_know/ quality/ 580/ 7492/](http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/quality/580/7492/).
2. Лейман Д. Індустрія дитячого харчування на Україні. Чим ми годуємо своїх дітей [Електронний ресурс] / Д. Лейман– Режим доступу: [http:// daryaleyman. livejournal. com/ 1174.html](http://daryaleyman.livejournal.com/1174.html).
3. Подрушняк А.Є. Гігієнічні вимоги до продуктів, призначених для харчування дитячого населення України [Електронний ресурс]/ А.Є. Подрушняк / Режим доступу: [http:// medved.kiev.ua/arh_nutr/art_2005/n05_4_5.htm](http://medved.kiev.ua/arh_nutr/art_2005/n05_4_5.htm).
4. Шадрін О.Г. Актуальні питання безпечного харчування дітей раннього віку [Електронний ресурс] / О.Г. Шадрін, Н.М. Басараба. – Режим доступу: [http:// www. d-l. com. ua/ articles/36.html](http://www.d-l.com.ua/articles/36.html).

Богдана Дідух, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф

Наук. кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

**ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ ТА КОНТРОЛЮ РІВНЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ
ТА ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглянуто проблеми оцінки та контролю якості харчових продуктів, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства. Визначено поняття якості продукції і розглянуто основні законодавчі акти України з питань якості продукції. Наведені основні напрямки підвищення рівня якості продукції на підприємствах.

У сучасних умовах висока якість продукції є одним з головних факторів успіху підприємств харчової промисловості, забезпечення їх конкурентоспроможності, економічної ефективності. Підприємства витрачають величезні кошти для досягнення необхідного рівня якості, щоб якомога кращим чином задовольнити вимоги споживачів.

Саме споживач, його потреби та очікування повинні бути в центрі уваги виробника, служити орієнтиром для всієї виробничо-господарської діяльності підприємства, організації, фірми. Задоволеність споживача є запорукою затребуваності продукції і самого підприємства, стабільності його функціонування, результативності всієї його діяльності в цілому.

Актуальність даної теми обумовлена тим, що проблема якості продукції є стратегічною проблемою від вирішення якої, значною мірою залежить стабільність економіки загалом та конкурентоспроможність самого підприємства. Процес поліпшення якості, хоч і є досить складним, необхідний не тільки для набуття конкурентних переваг на ринку та отримання прибутку окремими виробниками, але і суспільству в цілому. Це обумовлює необхідність дослідження даного питання і вивчення теоретичних аспектів оцінки та контролю рівня якості продукції на виробничому підприємстві.

Проблема управління якістю продукції на підприємствах розглядається в працях таких вчених як: Ю.Л. Білик, В.І. Власов, О.І. Гойчук, А.Д. Гудзинський, Т.Т. Ковальчук, А.В. Кочетков, А.С. Лисецький, В.С. Литвиненко, Р.В. Марков, В.В. Маслаков, І.М. Міщенко, Т.О. Осташко, П.Т. Саблука, В.Г. Поплавський, В.М. Трегубчук, А.М. Царенко, Г.В. Черевко, Е.А. Єрмолаєв, В.С. Шовкалюк, В.П. Щербань, В.В. Юрчишин та ін.

Метою статті є аналіз і визначення проблем, що стосуються оцінки та контролю рівня якості харчових продуктів і дослідити вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства. Реалізація зазначеної мети зумовила необхідність визначення таких завдань:

- розгляд поняття якості продукції;
- огляд законодавчої бази України з питань якості продукції та стандартів, які регламентують побудову системи безпечності харчових продуктів.
- дослідження проблем впровадження систем управління якістю на підприємствах.
- визначення основних напрямків підвищення рівня якості продукції на підприємствах.

Сучасна ринкова економіка висуває високі вимоги до якості продукції, що випускається. В даний час стійке положення будь-якої фірми на ринку товарів і послуг визначаються рівнем конкурентоспроможності. В свою чергу конкурентоспроможність пов'язана з рівнем якості продукції.

Розглянемо поняття якості продукції. На думку Е.А. Єрмолаєва, якість продукції – це сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення [3].

Джуран Дж. М. визначає якість продукції як придатність для використання (відповідність призначенню); суб'єктивна сторона – ступінь задоволення споживачів [5].

Отже, можна стверджувати, що якість – це один з найважливіших показників, що характеризується як сукупність властивостей та характеристик об'єкта, що стосуються його здатності задовольняти установлені й передбачені потреби.

Управління якістю – скоординована діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролюванні організації щодо якості [2].

Законодавча влада України займається питаннями якості продукції, безпеки і захисту здоров'я і навколишнього середовища і встановлює обов'язкові до виконання мінімальні вимоги, що стосуються характеристик продукції, що виготовляється підприємствами.

Законодавчою владою України прийнято такі нормативно-правові акти як: Закон України "Про захист прав споживачів", "Про захист від недобросовісної конкуренції", "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини", "Про стандартизацію", "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення", "Про стандартизацію і сертифікацію".

Нині в Україні діють два стандарти, які регламентують побудову системи безпечності харчових продуктів: ДСТУ 4161-2003 та ДСТУ ISO 22000:2007. Обидва вони побудовані на принципах HACCP [6].

Більшість підприємств на даний момент не мають можливостей впровадження систем управління якістю на своїх підприємствах через відсутність необхідної теоретичної та методологічної бази у сфері управління якістю

та відсутністю практичного досвіду. На жаль, сьогодні в Україні поки що немає наукового підґрунтя для впровадження систем управління якістю на підприємствах, ми тільки починаємо переходити на міжнародні стандарти якості. Тому для підвищення конкурентоспроможності підприємств, необхідно зосередитись на системі управління якістю на підприємстві, а також на методології її впровадження відповідно до міжнародних стандартів.

Та все ж для успішного функціонування на ринку і досягнення конкурентних позицій підприємству необхідно вести відповідну політику з управління і підвищення якості продукції. Для цього необхідна кількісна оцінка рівня якості виготовленої підприємством продукції.

Оцінка рівня якості продукції є основою для прийняття необхідних управлінських рішень в системі управління якістю продукції.

Оцінка рівня якості складається з наступних етапів:

- вибір номенклатури показників якості та обґрунтування її необхідності та достатності;
- розробка методів визначення значень показників якості;
- вибір базових значень показників і вихідних даних для визначення якості оцінюваної продукції;
- визначення фактичних значень показників якості та їх зіставлення з базовими;
- порівняльний аналіз варіантів можливих рішень і знаходження найкращого;
- обґрунтування рекомендацій для прийняття керуючого рішення.

Оцінюючи рівень якості виготовленої продукції, підприємство може визначити свої конкурентні позиції на ринку і контролювати процес управління відповідно до прийнятих норм і стандартів.

Для підтримання високої якості та конкурентоспроможності готової продукції на підприємстві необхідно постійно впроваджувати новітні технології та одночасно постійно контролювати якість продукції в процесі технологічного циклу [1].

Підвищення рівня якості продукції безумовно позитивно впливає на конкурентоспроможність будь-якого підприємства. Тому, на нашу думку, основними напрямками підвищення рівня якості продукції можуть бути:

- забезпечення випуску продукції з максимальною відповідністю її властивостей існуючим і перспективним потребам ринку;
- досягнення та перевищення технічного рівня й якості кращих вітчизняних і зарубіжних зразків;
- встановлення економічно оптимальних завдань з підвищення якості продукції з точки зору їх ресурсного забезпечення та запитів споживачів;
- збільшення випуску сертифікованої продукції;
- поліпшення окремих споживчих властивостей продукції, що уже виготовляється (надійності, довговічності, економічності та ін.);
- своєчасна заміна, скорочення виробництва або зняття з виробництва морально застарілої і неконкурентоспроможної продукції;
- забезпечення суворого дотримання вимог стандартів, технічних умов та іншої нормативної документації, своєчасне впровадження знову розроблених і перегляд застарілих стандартів;
- розробка та реалізація конкретних заходів, що забезпечують досягнення заданого рівня якості;
- збільшення економічної ефективності, виробництва та використання продукції поліпшеної якості [4].

Таким чином, підсумовуючи, ми можемо зробити висновок, що для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно зосередитись на належній оцінці рівня якості виготовлених харчових продуктів і системі управління якістю на підприємстві, а також на основні напрями підвищення рівня якості продукції, що безумовно вплине на підвищення конкурентних переваг підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Версан В.Г. Системи управління якістю продукції / В.Г. Версан, І.І. Чайка. – М.: Вид-во стандартів, 1988. – 104 с.
2. ДСТУ ISO 9000–2001, Системи управління якістю, Основні положення та словник, Київ, Держстандарт України, 2001.
3. Ермолаєва Е.А. Контроль якості продукції та послуг: навчальний посібник / Е.А. Ермолаєва. – Кемерово: Кемеровський технологічний інститут харчової промисловості, 2009. – 160 с.
4. Литвиненко В. С. Методи забезпечення конкурентоспроможності продукції: Огляд зарубіжної літератури / В. С. Литвиненко // Стандарти та якість. – 2010. – № 6. – С. 12.
5. Окрепілов В.В. Управління якістю / В.В. Окрепілов. – М.: Економіка, 1998. – 314 с.
6. Старцев О.В. Підприємницьке право/Навч. посіб. / За ред. О.В Старцева. – К.: Істина, 2006. – 208 с.

Мар'яна Красноголовець, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф, Наук. Кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМА БЕЗПЕКИ ГЕННОМОДИФІКОВАНИХ ПРОДУКТІВ

У статті досліджено проблеми безпеки **генномодифікованих продуктів**.

XX століття характеризувалося видатними досягненнями науково-технічного прогресу, які радикально змінили життя людини. Це, насамперед, ядерна технологія, електроніка і новітні біотехнології. Сучасні темпи розвитку біотехнології та її перспективи, у порівнянні з комп'ютеризацією та інформатизацією нашого життя, вражають уяву сучасної людини. Сьогодні не тільки вчені та фахівці розуміють, що навіть саме існування людини в нинішньому столітті залежить від досягнень новітньої біотехнології. Населення Землі, чисельність якого у 2000 році становила 6 млрд, за прогнозами, вже до 2025 р може досягти 8500000000, що поставить нові проблеми у сфері продовольчого та медичного забезпечення. Традиційних шляхів вирішення цих проблем буде недостатньо [1, с. 13].

У даний час біотехнологія на практиці досягла великих успіхів у сільському господарстві. Це виведення нових сортів рослин, стійких до гербіцидів, комах, хвороб, стресових впливів. Це виготовлення новітніх

харчових продуктів із заданими властивостями; виробництво харчового і кормового білка, медичних препаратів; створення безвідходних технологій та утилізація речовин, шкідливих для навколишнього середовища; розведення високопродуктивних тварин і мікроорганізмів з новими і посиленними властивостями та ознаками. Навіть дуже багата уява не може передбачити всі можливості, які будуть реалізовані людиною з використанням біотехнології [4, с. 11].

Найважливішою складовою сучасної біотехнології є генетична, або генна, інженерія.

Генна інженерія - наука про генетичне конструювання, направлене на створення нових форм біологічно активних ДНК і генетично нових форм клітин, а також цілих організмів за допомогою штучних прийомів перенесення генів (технології рекомбінантних ДНК, генетичної трансформації, гібридизації клітин) [3, с. 7].

Генетично модифікований організм (ГМО) – організм або декілька організмів, будь-якого неклітинного, одноклітинного або багатоклітинного утворення, які здатні до відтворення або передачі спадкового генетичного матеріалу, відрізняються від природних організмів, отримані із застосуванням методів генної інженерії і містять генно-інженерний матеріал, у тому числі гени, їх фрагменти або комбінації генів [5, с. 86].

Поза сумнівом, XXI століття стане епохою генетично модифікованих організмів, що підтверджується бурхливим розвитком у світі виробництва харчової продукції на їх основі.

У 2003 році близько 7 млн. фермерів з 18 країн світу на 67700000 га землі (15% всіх площ, придатних для землеробства) вирощували генетично модифіковані рослини. В даний час фахівці називають цифру понад 85 млн. га. Найбільші площі зайняті під трансгенними культурами в США, Аргентині, Канаді.

Найшвидшими темпами генетично модифіковані рослини поширюються в країнах, що розвиваються. Експерти вважають, що в Україні трансгенним насінням засівають майже мільйон гектарів щорічно. За різними даними, це від 60% до 90% всієї сої, 15-20% кукурудзи і приблизно 20% картоплі та цукрових буряків. За поширенням ГМО в Україні лідирує Херсонщина [2, с. 35].

Перші трансгенні продукти були розроблені американською корпорацією «Монсанто» у 1983 році. В даний час ця компанія контролює 80% світового ринку виробництва ГМО. У 1988 році були зроблені перші посіви трансгенних злаків, а 1993 перші продукти з ГМ-компонентами з'явилися в продажу. Першим повністю генетично модифікованим харчовим продуктом, який був схвалений для комерційного використання, став помідор сорту FlavrSavr, вироблений американською компанією Calgene Inc. У ньому був «відключений» ген полігалактуронази, що сприяло уповільненню його дозрівання. ГМ томати можуть довше залишатися на стеблі для більш повного формування смакових якостей (і кольору) і в той же час залишатися досить твердими для транспортування на споживчий ринок [1, с. 15].

Основними виробниками ГМ продукції є транснаціональні корпорації – компанії, які мають свої представництва в сотнях країн (Monsanto, AgrEvo, Aventis, Novartis, DuPont та ін). Вони ж спонсорують наукові розробки в галузі генної інженерії, містять потужні дослідницькі лабораторії. Світовий ринок продукції, виробленої з трансгенних рослин, швидко зріс протягом 1995-2015 рр. За цей період комерційний прибуток від обробітку трансгенних культур збільшився більш ніж у 100 разів.

У багатьох країнах світу, у тому числі і в Західній Європі, скорочується закупівля звичайних продуктів, в той же час споживання генетично змінених продуктів постійно зростає. Наприклад, за останні роки Японія і Південна Корея закупили на 0,2% менше звичайної кукурудзи і на 1,7% більше генетично зміненої. З погляду світових перспектив численні фахівці пророкують велике майбутнє комерційному використанню трансгенних рослин. Передбачається, що в перспективі питома вага площ вирощування трансгенних культур у світовій структурі посівів становитиме за окремими видами від 10% до 60% [2, с. 36].

На даний момент в світі розроблено понад 120 видів генетично змінених рослин. Найпоширеніші – соя, кукурудза, картопля, томати. Тестуються в польових умовах і найближчим часом з'являться на ринку генетично змінені ячмінь, капуста (білокачанна, броколі), морква, цикорій, журавлина, баклажан, виноград, салат-латук, горох, перець, малина, полуниця, банан, маніока, цукровий очерет, кавун, пшениця та ін. Крім трансгенних рослин, існують трансгенні тварини, м'ясо яких давно використовується у всьому світі (Україна не є винятком). Ряд західних компаній (PPL - США, Pharmino - Нідерланди, Transgenics Advanced і Cell Technology - США) займаються вирощуванням спеціальних трансгенних тварин, в організмі яких виробляється особливий білок, який використовують для виробництва ліків. Однак генетично модифіковані продукти складають в раціоні людей всього один відсоток (в основному – соя) [5, с. 86].

Зростання чисельності населення світу загострює проблему забезпечення людей їжею. Як показують розрахунки, щоб забезпечити хоча б мінімальні потреби населення в усьому світі, в найближчі 20-25 років необхідно подвоїти кількість продовольства, істотно збільшити виробництво харчового білка, довівши його кількість хоча б до 40-50 млн. т. на рік.

Для підвищення кількості та якості їжі традиційних підходів сьогодні недостатньо. Саме з цієї причини виробництво харчових продуктів стало найважливішим напрямком генної інженерії. Завданням цього напрямку є підвищення на принципово новій основі врожайності сільськогосподарських рослин і, насамперед, злакових культур як джерела хліба, а також підвищення продуктивності сільськогосподарських тварин як джерела м'яса та м'ясних продуктів.

Якщо на одну чашу терезів покласти голод і всі проблеми людства, пов'язані з ним, а на другу - використання трансгенних продуктів, ймовірно, більшість віддасть перевагу останнім.

Одним з найголовніших недоліків ГМО є те, що вбудований в рослину (тварину) трансген може призвести до небажаних, негативних наслідків на геном організму. А також трансген поршує первинну структуру гена. Це, в свою чергу, може призвести до мутації.

Тому одним із важливих завдань є удосконалення якісних характеристик харчової продукції. Генна інженерія робить можливою її реалізацію за допомогою:

- видалення або зменшення рівня шкідливих речовин, токсинів, алергенів;
- внесення або збільшення рівня корисних речовин;
- поліпшення технологічних властивостей продовольчої сировини;
- докорінної зміни характеристик продукції для поліпшення її дієтичних, смакових і харчових властивостей [1, с. 19].

Зі збільшенням розуміння важливості здорового способу життя зріс попит на харчові продукти, які не містять шкідливих речовин. Прикладом конструювання продуктів «здорового способу життя» (healthy food products) є створення голландськими біотехнологами цукрових буряків, які продукують фруктан – низькокалорійний заміник сахарози, а також створення групою гавайських вчених кави без кофеїну. У першому випадку в геном буряка інтродукований ген єрусалимського артишоку, що кодує фермент, який перетворює сахарозу під фруктан. У результаті 90% накопиченої сахарози в трансгенних рослинах перетворюється під фруктан. У другому випадку був ізольований ген ферменту, що каталізує критичний перший крок синтезу кофеїну в листках і зернах кави. Дослідження трансформованих клітин показали, що рівень кофеїну в них складає всього 2% від нормального.

Роботи з поліпшення якісних характеристик продукції рослинництва добре ілюструють можливості сучасних ДНК-технологій у вирішенні найрізноманітніших завдань [5, с. 90].

Біологічна безпека серед інших екологічних безпек дуже специфічна і ще мало вивчена. Офіційно біологічне забруднення характеризують як «забруднення шляхом свідомого чи випадкового розсадження нових видів, які безперешкодно розмножуються в умовах відсутності в них природних ворогів і витісняють місцеві види живих організмів». Якісна відмінність цього виду забруднення від інших полягає в здатності його компонента до розмноження, адаптації і передачі спадкової інформації в довкіллі, мобільності та агресивності.

Генетичне забруднення – новітня форма біологічного забруднення довкілля.

Системи біобезпеки в даний час створюються в багатьох країнах. Країнам, що розвиваються в цій справі сприяє програма ООН із захисту навколишнього середовища (ЮНЕП) спільно з Глобальним екологічним фондом (ГЕФ). З 2001 року проект ЮНЕП-ГЕФ по створенню національних структур біобезпеки був розпочатий в більш ніж 100 країнах Африки, Азії, Латинської Америки та регіону СЕКЦА (Східної Європи, Кавказу та Центральної Азії). За оцінкою ООН, загальний бюджет проекту становить 38400000 доларів, в Україні – 235 тис. доларів. Його суть полягає в залученні до дослідження проблеми великої кількості фахівців і зацікавлених груп з тим, щоб згодом створити в країні повноцінні схеми законодавства та адміністративного укладу для регулювання питань, пов'язаних з ГМО [4, с. 13].

Проте, вчені вже наводять альтернативи використання ГМО. Основною альтернативою серед них є органічне землеробство. Його основним принципом є розпушування землі (а не копання), але, не довше ніж на 2-3 роки. Другий принцип – мульчування (покриття ґрунту природними елементами: сіном, соломкою, листям, тирсою). Третій принцип – постійне «оживлення» землі різноманітними добривами.

Слід зазначити, що реакція на продукти з генетично модифікованих джерел їжі різна в США і Європі. Споживачі в США висловлюють в основному позитивне ставлення до генної інженерії. У ході національного соціологічного опитування, проведеного Міжнародною Радою з інформації в сфері продовольства в 1999 році, встановлено, що майже 75% американців сприймають застосування біотехнології як великий успіх суспільства, а 44% європейців – як серйозний ризик для здоров'я. У той же час 62% американців і тільки 22% європейців готові купити генетично модифікований продукт, який характеризується більшою свіжістю або поліпшеним смаком. Противники технологією рекомбінантної ДНК, яких 30% у Європі і 13% в США, вважають, що ця технологія є не тільки ризиковою, але і морально неприйнятною. Продукти, створені в результаті маніпуляцій з генами, вони назвали «їжею Франкенштейна» [1, с. 25].

Отже, використання генних технологій в Україні вимагає більшої уваги, ґрунтовних консультацій з незалежними вченими-фахівцями в галузі екології та біобезпеки та широкого інформування населення з урахуванням його думки.

Список використаної літератури:

1. Генетически модифицированные организмы: наука и жизнь : интернет-интервью // Наука и жизнь : Научно-популярный журнал. - 2008. - № 6. - С. 12-26.
2. Парникоза, І. Ю. Генетично модифіковані організми: надія людства чи страшна помилка? / І. Ю. Парникоза // Країна знань : Науково-популярний журнал для юнацтва. - 2014. - № 1. - С. 34-36.
3. Литвинов, М. Б. Гены, среда, отношения : устойчивость к среде / М. Б. Литвинов // Химия и жизнь - XXI век : Ежемесячный научно-популярный журнал. - 2009. - № 10. - С. 7.
4. Клещенко, Е. ГМ-продукты: битва мифа и реальности / Е. Клещенко // Химия и жизнь - XXI век : Ежемесячный научно-популярный журнал. - 2008. - № 1. - С. 10-15.
5. Олійник, Д. До питання використання генетично модифікованих організмів в Україні / Д. Олійник // Економіка України. - 2009. - № 6. - С. 85-92.

Надія Матієк, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О. Я.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

БЕЗПЕЧНІСТЬ ТОВАРІВ З ПОЛІМЕРНИХ МАТЕРІАЛІВ

У статті розглянуто проблематику та розповсюдженість виробів з полімерних матеріалів, визначено небезпечні хімічні сполуки, які можуть виділятися при їх експлуатації. Проаналізовано вплив полімерних матеріалів на організм людини та можливі негативні наслідки для її здоров'я та життя.

В наш час зручною та дешевою пластикою продукцією користується практично кожна людина, не задумуючись над питанням її впливу на свій організм. Вироби з полімерних і синтетичних матеріалів є одними з

найбільш розповсюджених. Вони займають провідне місце при використанні у побуті, промисловості, електронній галузі. Проте, при більш детальному вивченні технічного процесу виготовлення сировини, з якої виробляють різноманітні пластикові вироби, а особливо посуд для зберігання продуктів харчування, його хімічних властивостей, наука вказує нам на цікаві дані.

Поряд з позитивними експлуатаційно-технічними та економічними характеристиками полімерні й синтетичні матеріали є небезпечними для здоров'я людини. Це зумовлено їх складом, який може спричиняти емісію летких компонентів (залишкових мономерів та органічних розчинників) до середовищ, які контактують з організмом людини. Серед них виділяють сполуки з віддаленою біологічною дією (стирол, формальдегід, вінілхлорид), сполуки, що негативно впливають на процес кровотворення (бензол та його похідні), а також група мономерів, які мають загальну токсичну та нейротоксичну дію (ефіри жирних кислот, парафінові). Полімерні синтетичні матеріали є досить постійним фактором забруднення повітря.

Дослідженням безпеки та екологічності товарів з полімерних матеріалів займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як В. Шефтель, Н. Дишеневич, Р. Сова, П. Зубов, Л. Сухарева, Л. Скороход, І. Сейфулліна, В. Власенко, Д. Климова та інші.

У своїх працях науковці зазначають, що більша частина полімерних матеріалів, які застосовуються при виробництві, насамперед пакувальних матеріалів, містять хімічні сполуки, що виникають у процесі синтезу та здійснюють негативний вплив на навколишнє середовище. Деякі з видів поліетилену здатні виділяти токсичні речовини, містити залишки каталізаторів – сполук важких металів, шкідливих для здоров'я людини.

Актуальність обраної нами теми зумовлюється тим, що в сьогоденному світі полімерні матеріали стали невід'ємною складовою сучасного життя. В наш час збільшення та розширення асортименту виробів з полімерів тісно зв'язано з їх основними перевагами, а саме: наявністю можливості швидкого та зручного упаковування, транспортування продуктів, дешевизною, збільшенням терміну їх зберігання, захистом від можливого забруднення. Складно уявити свій побут без застосування посуду із пластмаси. Широкий асортимент нарізок ковбас, сиру, м'яса, шинки, продуктів харчування, напівфабрикати заздалегідь запаковані в пластикові контейнери, які забезпечують значно довший термін їх зберігання, стали невід'ємною звичкою для жителів міста. Розлиті в пляшки різних розмірів і форм напої активно використовуються як комфортний спосіб доступності напоїв для людини.

Метою статті є визначення небезпечних речовин, з яких виготовляються полімерні матеріали, та встановлення їх впливу на організм людини.

Предметом дослідження є процес впливу полімерних матеріалів на організм людини.

Об'єктом дослідження є полімерний матеріал та його хімічні характеристики.

Майже ні на одному виробі із пластмаси не зазначається, що при здійсненні впливу зовнішніх факторів на нього, таких як контакт з рідиною, нагрівання, зручні тарілки та пляшки починають виділяти шкідливі хімічні сполуки. Виробники обирають полімерні матеріали через дешевизну їх виготовлення.

Проте, за своїми властивостями полімери належать до отруйних речовин та можуть спричинити досить великий список захворювань у людини, як центральної нервової системи, так і окремих органів. У деяких випадках можуть виникати ускладнення, які викликають інвалідність або, навіть, летальні випадки.

Гігієнічні властивості полімерів оцінюють за їх здатністю виділяти шкідливі хімічні речовини в навколишнє середовище (повітря, воду, продукти, що вступають в контакт з ними).

До хімічних сполук, що можуть виділятися в процесі взаємодії полімерів з середовищем, відносять [3, с. 157]:

1. Формальдегід – це канцерогенна речовина, яка при регулярному попаданні до організму людини спричиняє погіршення чи втрату зору, дисфункцію або цироз печінки.

2. Фосген – це отруйна речовина, яка зумовлює набряк легенів, порушення роботи альвеол, при якому людина задихається. Навіть незначна кількість даної речовини при потрапленні повітряно-краплинним шляхом до організму людини може призвести до летального випадку.

3. Стирол – це найбільш розповсюджена речовина, яка є основною сировиною при виробництві пластикового посуду. Перебуваючи в газоподібному стані, вона спричиняє подразнення слизових оболонок, що може викликати хронічні запальні чи тимчасові гострі запальні процеси в ротовій порожнині.

4. Бісфенол А – це токсин, вплив якого вивчався на піддослідних тваринах. У результаті було виявлено ряд гормональних порушень.

5. Діоксин – це отруйна речовина, яка швидко проникає до рецепторів живих організмів та змінює чи придушує їх функціональну активність. Дана речовина послаблює імунітет та призводить до порушення процесу поділу клітин, знижує рівень репродуктивної функції людини та спричиняє безплідність, розвиток онкологічних захворювань. Діоксин може потрапляє в організм людини повітряно-краплинним шляхом у процесі нагрівання чи горіння, при контакті зі шкірою. Дана речовина роками може накопичуватися в організмі та практично не виводиться з нього.

Основними видами з'єднань, які використовуються при виробництві виробів з полімерних матеріалів, є полістирол, поліетилен, поліетилентерефталат, полівінілхлорид [2, с. 46].

Найнебезпечнішим виступає полівінілхлорид. До нього вводять стабілізатори для підвищення стійкості до теплового та світлового старіння. Для цього використовують барій, свинець, олово-органічні з'єднання, кадмій, аміни.

У наш час велика кількість іграшок експортуються з Китаю, Тайланду, Кореї. На виробках вказується, що вони нетоксичні. Проте, через певний час полівінілхлорид, з якого виготовлена іграшка, починає псуватися, пошкоджуватися, утворюються тріщини з речовиною, по будові схожою на жіночий гормон – естроген. На думку вчених, потраплення даної речовини в організм є небезпечним. Для дитини техніка безпеки поведінки з такою іграшкою зосереджена на тому, щоб обов'язково мити руки після гри.

Деякі складові пластмас, що використовуються для виробництва оточуючих нас предметів (пакувальних матеріалів, побутових приладів, косметики) можуть складати небезпеку для дітей, а особливо хлопчиків. Пластифікатор DENP викликає особливе занепокоєння. У ході експериментів з даною речовиною на пацюках було виявлено його негативний вплив на потомство. Чоловіча частина потомства починала страждати порушенням репродуктивної здатності.

Полімерні матеріали, які містяться у виробках, таких як лак для нігтів чи волосся, товарах для будівництва чи ремонту (покриттях для підлоги), косметичці, містять фталати. Фталати виступають стабілізаторами для виробів із полівінілхлориду, у тому числі дитячих іграшок, пакувальних матеріалів. Дослідження на тваринах показали, що фталати можуть порушувати в організмі функцію гормонів, що може спричинити появу різноманітних дефектів, які виникають у вагітних. Дія даних хімікатів не обмежується тільки пошкодженням печінки та нирок, але й може сприяти розвитку раку.

На даний час точно не відомо, яка кількість отрути з полімерних матеріалів може наносити шкоду людині, проте, безсумнівно, нічого хорошого для людини не несе велика кількість виробів із полімеру.

Важливо пам'ятати, що категорично забороняється купувати горілчані напої, розлиті в пластмасові пляшки, адже пластмаса достатньо швидко вступає в хімічну реакцію зі спиртом, а результат даної реакції може погано відобразитись на здоров'ї людини. Саме тому категорично заборонений продаж алкоголю в пластмасовій тарі [4, с. 129].

Звичайні лінійки, ручки, пенали можуть стати отрутою для людини, адже у їх виробництві використовують полімери. Спалювання лінійок та інших предметів з пластмаси та вдихання діоксину, що виникає в наслідок їх горіння, може викликати рак печінки та легенів, спричинити порушення психічного здоров'я людини. Людині достатньо тільки раз вдихнути повітря, яке містить продукти горіння полівінілхлориду для того, щоб отримати головний біль, отруєння чи інші проблеми із здоров'ям. На жаль, роз'яснення небезпек, які зумовлюють полімерні матеріали здійснюються дуже рідко.

Полімерні матеріали несуть серйозну загрозу ще й в екологічному масштабі. Їх категорично не можна спалювати через загрозу викидів шкідливих речовин у повітря. Зауважимо, що вченими було однозначно доведено, що якщо діставати зі сміття метали, скло, полімерні матеріали, то викиди шкідливих діоксинів у навколишнє середовище зменшуються більше, ніж у десять разів.

Товари з полімерних матеріалів будуть ще довго нас оточувати у побуті: ємності для зберігання харчових продуктів, пластикові чайники, пластикове пакування, термостійкий пластиковий посуд.

Якщо розглядати ситуацію, що склалася з погляду екологічної самоосвіти, то нам самим треба чітко пам'ятати, що полімери є далеко не найбезпечнішими в екологічному плані для здоров'я людей. Відсутність полімерів не становить ніякої небезпеки, проте, їх наявність може спричинити багато проблем зі здоров'ям.

Безпечність використання полімерних матеріалів можна розглядати в таких випадках: якщо кількість виділених речовин дуже мала і не зумовлює негативну дію на живий організм навіть при довготривалому контакті. Водночас повинна бути виключена можливість кумуляції цих речовин в організмі; речовини, які виділяються та переходять з полімерів, є практично неотруйними та нетоксичними, не мають здатності нести небезпеку для живого організму навіть при довготривалому контакті з ним; якщо полімери хімічно інертні та не виділяють ніяких речовин в навколишнє середовище чи в контактуючі з ними продукти або організми [2, с.194].

Полімерні матеріали, що взаємодіють з харчовими продуктами, не мають: виділяти небезпечні речовини при нагріванні, при контакті з м'якими засобами, в процесі їх довготривалої експлуатації, та не мають змінювати свої властивості; вступати в різноманітні реакції з продуктами харчування чи піддаватися зміні під впливом складових компонентів продовольчих товарів; міняти органолептичні властивості продуктів, такі як: колір, ступінь прозорості, запах, консистенцію, смак; виділяти в харчові продукти небезпечні чи сторонні речовини, що входять до складу полімерних матеріалів [1].

У наш час все частіше з'являються повідомлення про розробку біодеградабельних пластмасових матеріалів, які піддаються руйнації з боку мікроорганізмів. Дані пластмасові матеріали використовуються для виробництва одноразової тари чи посуду. Даний пластик розроблено з поліетиленових матеріалів, які містять порожнечі, що заповнюються кукурудзяним крохмалем у розмірі 10-50 % від загальної маси. Мікроорганізми руйнують даний пластик та перетворюють його на воду та оксиду вуглецю за півроку.

В Австралії та Великобританії розроблено пластик, який містить крохмаль та теж є органічним, а в Німеччині розроблено пластик на основі овочів та олій і є безпечним для навколишнього середовища. Також почали виготовляти біодеградабельний пластик в Японії та США.

В Європі, починаючи з 2000 року була розроблена і впроваджена програма повної відмови від виробів з полівінілхлориду. У першу чергу повністю заборонене його використання при виготовленні пакувальних матеріалів для дитячих товарів. У країнах Європи дозволено використовувати вироби з полімеру з відповідним маркуванням, яке вказує на їх безпечність. Дане маркування дає змогу збирати та утилізувати такі матеріали окремо від іншого сміття.

Таким чином, можна стверджувати, що полімерні матеріали й надалі залишатимуться перспективними в різних галузях промисловості та побуті, оскільки їм притаманна значна хімічна стійкість та дешевизна собівартості виготовлення. Важливим завданням для держави має стати проблема забезпечення утилізації побутових відходів з полімерних матеріалів, яка має здійснюватися на спеціалізованих заводах з переробки задля екологічної безпеки збереження середовища, а особливо житлової зони. Можна сказати, що в нашій країні санітарно-епідеміологічні служби формально дотримуються застарілих нормативів забезпечення екологічної безпеки та не бажають на себе брати відповідальність за контроль за дотриманням людьми сучасних правил щодо навколишнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення : Закон України від 21 лютого 1994 року № 4004 : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 27.
2. Зубов П. И. Структура и свойства полимерных покрытий : сборник научных трудов / П. И. Зубов, Л. А. Сухарева. — М. : «Химия», 2003. — 255 с.
3. Климова Д. М. Биологическое действие полимерных материалов из химических волокон и синтетических латексов : научное пособие / Д. М. Климова. — М. : «ЮНИТИ», 2008. — 217 с.
4. Шефтель В. О. Токсикология полимерных материалов : научное пособие / В. О. Шефтель, Н. Е. Дышеневич, Р. Е. Сова. — К. : Здоровье, 2010. — 181 с.

Юлія Понайда, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. - Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ БЕЗПЕЧНОСТІ ВИРОБІВ З ТЕКСТИЛЮ

Стаття присвячена особливостям безпечності виробів з текстилю. Розкрито сутність текстильного матеріалу і законодавче забезпечення безпеки текстильних виробів. Визначені вимоги до рівня екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів. Запропоновані напрямки підвищення рівня екологічної безпечності текстильних матеріалів.

На сьогоднішній день текстиль розглядається не тільки з точки зору споживчої якості, але і точки зору шкоди або користі для людей та довкілля. Проблема забезпечення безпеки текстильних матеріалів є однією з найважливіших завдань, так як від її вирішення залежить здоров'я та благополуччя людини. Особливістю сучасного ринку текстильних виробів є велика різноманітність асортименту, яке досягнуто шляхом використання модифікованих хімічних волокон, застосування різних фактур і нових обробок. Змінилися й основні споживчі властивості матеріалів, багато з яких досі не достатньо вивчені. Також у зв'язку з надмірним виробництвом синтетичних волокон гостро постає проблема безпеки текстильних матеріалів і одягу з них та утилізації синтетичних волокон (в одному ряду з проблемою утилізації пластмас), так як і ті й інші є полімерними матеріалами.

Метою статті є дослідження особливостей безпечності виробів з текстилю.

Проблема безпечності виробів із текстилю досліджується багатьма вченими, серед яких Галик І., Семак Б., Концевич О., Кричевський Г., Проданчук М., Кірюхін С., Міневич Г., Проданчук М. та ін.

Текстильний матеріал – це композиція, основним компонентом якої є волокна (~ 95%), а решта дуже важливі складові (барвник, різноманітні текстильно-допоміжні речовини, апрети) найчастіше, як і більша частина волокон, синтетичні, що не мають аналогів в природі. Вся ця «синтетика», чужорідна для природи і людини, в кращому випадку інертна (байдужа) для них, а інколи і шкідлива [2, с. 43].

Якість і безпека текстильних матеріалів та виробів з них носять складний характер: з одного боку одяг з текстильних матеріалів призначений для комфортного життя людини, в тому числі захисту її від різного роду зовнішніх впливів, а з іншого боку текстильні матеріали за певних умов можуть завдати значної шкоди здоров'ю людини.

Безпека визначає особливості текстильних матеріалів і виробів з них, які обумовлюють безпеку людини при їх переробці, експлуатації та зберіганні, тобто не заподіяння їй будь-якої, частіше фізичної, шкоди. Безпека текстильних матеріалів з урахуванням дуже широкої сфери використання може виражатися через різноманітні характеристики та показники якості. Для матеріалів технічного та спеціального призначення це можуть бути наслідки їх руйнування у виробках, призначених для захисту людини від будь-яких впливів. Наприклад, текстильні бронезилети, каски, рукавиці, кислотозахисний одяг, термостійкі костюми, захист від радіації, відкритого полум'я, води, пилу і т. ін.

Для текстильних виробів побутового призначення, які мають різні пріоритетні функції, безпека може оцінюватися в звичайних умовах експлуатації або в екстремальних обставинах. У першому випадку фізичну шкоду здоров'ю людини можуть завдати окремі види волокон для людей, які страждають на алергічні захворювання тощо, що не забезпечують достатні ергономічні показники (повітропроникність, паропроникність, гігроскопічність і т. ін.), застосування спеціальних видів обробок (як механічних, так і хімічних), конструкція швейного текстильного виробу, умови догляду за ним та зберігання. В екстремальних обставинах, які можуть проявлятися при різних природних і техногенних катастрофах, найбільшої шкоди здоров'ю людини надає горючість – швидкість горіння текстильних матеріалів та виробів з них, а також швидкість поширення полум'я. Необхідно також враховувати вплив на людину тих шкідливих речовин, які можуть виділятися при горінні текстильних матеріалів.

Текстильні матеріали та вироби з них характеризуються біологічною та хімічною безпекою, показники якої встановлюються залежно від їх функціонального призначення і сировинного складу. Текстильні вироби, одяг, текстильно-галантерейні вироби за показниками, що характеризує біологічну та хімічну безпеку, повинні відповідати відповідним нормам. Виділення шкідливих хімічних речовин (міграційні показники) з текстильних матеріалів, виробів з них, одягу, текстильно-галантерейних виробів не повинно перевищувати норми. У текстильних виробках визначають кількість летких хімічних шкідливих речовин, наявність яких обумовлено застосуванням текстильно-допоміжних речовин у процесі виробництва. Виділення хімічних летких речовин в цьому випадку не повинно перевищувати відповідних норм.

Вітчизняна практика стандартизації текстильної продукції регулюється відповідними законами України та базується на обов'язковій відповідності державним стандартам і санітарно-гігієнічним нормам. Проте, на відміну від європейських стандартів, в цю систему принципів оцінки текстилю не входить контроль таких важливих показників, як барвники, важкі метали, антисептики, пестициди. Санітарні норми та правила регламентують

лише сировинний склад, повітропроникність, гігроскопічність і питомий поверхневий електричний опір, вказані показники опосередковано визначають безпеку продукції.

Показники безпеки текстильних виробів обмежені переліком, в якому частина показників визначають їх збереженість, а не безпеку. При цих дослідженнях не враховувався різке зростання виробництва та застосування засобів по догляду за одягом. Асортимент таких засобів (кондиціонери – ополіскувачі, засоби для брудовідштовхування, збільшення яскравості забарвлених тканин і тому подібні) збільшується, але їх вплив на безпеку та інші споживчі властивості одягу залишаються практично невивченими. Про їх властивості споживач дізнається з реклами, де виробники, як правило, дають їм завищену оцінку. Таке різноманіття засобів і відсутність в літературі даних про їх вплив на шкіру людини і споживчі властивості тканин після побутової обробки, визначає необхідність дослідження з виявлення їх негативних впливів.

Підтвердження безпеки при обов'язковій сертифікації текстильних виробів включає визначення шести показників для дитячого одягу і зменшується до чотирьох при оцінці одягу для дорослих. При оцінці безпеки не враховується вплив технологічних обробок тканини (вибілювання та фарбування), побутових обробок одягу (прання, оброблення допоміжними засобами), а також горючість, яку необхідно враховувати при оцінці дитячого асортименту. Вироби, раніше досліджені за існуючими показниками, можуть при експлуатації чинити негативний вплив на шкіру людини. При цьому сенсibilізаторами є речовини заключної обробки тканин, залишкові незмивні поверхнево-активні речовини (ПАР), компоненти кондиціонерів-ополіскувачів, які залишаються на тканинах після прання. Серйозну проблему для гігієнічної оцінки сучасних текстильних виробів представляють текстильно-допоміжні речовини, основним компонентом яких виступає формальдегід.

До факторів безпеки матеріалів, що чинять вплив на текстильні товари при експлуатації, але не враховуються в даний час при підтвердженні безпеки належать склад і кількість барвників, миючих і допоміжних засобів для прання, що роблять вплив на шкіру людини в місцях щільного прилягання одягу до тіла людини.

Вимоги до рівня екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів, які регламентуються відповідними екологічними стандартами, повинні обов'язково узгоджуватись з вимогами до їх зносостійкості, біостійкості, формостійкості, гігієнічності, які містяться в інших категоріях і видах стандартів. Відсутність такої узгодженості може суттєво ускладнити саму процедуру оцінювання чи експертизу якості цих товарів.

Екологічні проблеми текстильної промисловості виникають на етапах: очищення повітря і уловлювання шкідливих речовин при виробництві текстильної продукції, очищення стічних вод текстильних підприємств, екологічна сертифікація текстильної продукції.

Споживча якість продукції може не гарантувати її безпеку. Так, одна з важливих вимог до текстилю – це стійкість забарвлення. Фарбування – один з процесів обробки тканин. Не всі барвники безпечні. Є барвники, які дають яскраве і стійке забарвлення, але викликають алергію та онкологічні захворювання. Тому в країнах Західної Європи вони заборонені для фарбування тканин як небезпечні і занесені в «чорну книгу». В основному, це азобарвники, які отримують на основі аніліну. Шкідливий вплив анілінових барвників було помічено ще в кінці 19 століття. Вже тоді говорили, що тканини, пофарбовані цими барвниками, виділяють шкідливі речовини, які через шкіру потрапляють до організму людини. У наш час американські вчені з університету Міссурі, а саме: Фрідерік Ванн Свааль і Клод Х'ю виявили, що шкідливі речовини здатні виділятися з готових виробів, накопичуватися в крові та діяти подібно гормону естрагену.

Значна увага приділяється екологізації сировини, технології виробництва, асортименту та властивостей барвників текстильного призначення.

Подальша оптимізація асортименту, властивостей і сфери використання та шляхів підвищення рівня екологічної безпечності синтетичних барвників обумовлені:

- токсичністю та канцерогенністю (особливо азобарвників);
- обмеженістю вітчизняних сировинних ресурсів для виробництва синтетичних барвників, а також значними витратами (зокрема, енергетичними) при їх виготовленні;
- негативним впливом технології їх виробництва [5].

Одним із напрямів екологізації барвників є часткова заміна синтетичних рослинними в малотоннажному текстильному виробництві. Екологізація сировинних ресурсів і технологій текстильного виробництва обумовили появу на зарубіжному й вітчизняному ринках матеріалів і виробів спеціального призначення. Зокрема, профілактично-лікувального та фізіотерапевтичного; одягу спеціального призначення, який захищає від негативного впливу різних агресивних чинників; текстильних волокон і матеріалів (на основі наноматеріалів і нанотехнологій) із заданими механічними, фізичними, хімічними, біологічними, естетичними та іншими властивостями.

Підвищити рівень екологічної безпечності текстильних матеріалів можна шляхом відповідного підбору безпечної сировини (волокон, барвників та ін.), волокнистого складу та способів оброблення самих матеріалів, а також забезпечення актуальною товарною інформацією щодо них, зокрема із інтернет-джерел.

Можна запропонувати використання методу біотестування для комплексної оцінки безпеки компонентів заключних обробок, застосовуваних при виготовленні тканин. Суть методу полягає у визначенні впливу обробок текстильних матеріалів на ріст мікроорганізмів, які тимчасово або постійно знаходяться на тілі людини і володіють високою чутливістю до хімічних речовин тканин [1, с. 91].

У даний час основні напрямки утилізації та ліквідації відходів синтетичних матеріалів наступні: поховання на полігонах і звалищах; переробка відходів за заводською технологією (найбільш оптимальний спосіб); спільне спалювання відходів з міським сміттям; піроліз (розкладання при високих температурах без доступу повітря) і роздільне спалювання в спеціальних печах; використання відходів як готового матеріалу для інших технологічних процесів.

Безпека текстильних виробів у звичайних умов експлуатації може бути забезпечена правильним вибором їх волокнистого складу з урахуванням індивідуальних особливостей споживача: дотриманням санітарних норм на залишковий вміст різних речовин у матеріалі, виконанням вимог стандартів, що визначають ергономіку виробу, правил догляду, зберігання і т. ін.

В екстремальних обставинах, коли на текстильні матеріали діють високі температури та відкритий вогонь, їх безпека буде визначатися видом волокон, структурою ниток і текстильних виробів, їх конструкцією, застосуванням спеціальних видів вогнезахисних обробок і рядом інших факторів.

Одяг сучасної людини приблизно на 60% складається з синтетичних волокон. Натуральних волокон є недостатньо, щоб забезпечити одягом зростаюче населення Землі. Хімічні волокна є заміниками натуральних. На сьогоднішній день текстильна промисловість серед двадцяти підгалузей легкої промисловості є найбільш екологічно небезпечною, так як вона широко використовує різноманітні види натуральної сировини, велику кількість води й енергії, а також хімічні речовини, що створює значне антропогенне навантаження на довкілля. Основними напрямками в профілактиці негативного впливу хімічного фактору на здоров'я населення текстильних матеріалів і одягу є розробка сучасних, принципово нових методичних підходів якісного аналізу, наукове обґрунтування гігієнічних критеріїв і регламентів, а також гармонізація їх з міжнародними стандартами.

Список використаних джерел:

1. Галик І. С. Екологічна безпечність текстилю: проблеми і рішення / І. С. Галик // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. - №6 (219) – С. 88-91.
2. Кричевский, Г. Е. Опасность и безопасность изделий из текстиля / Г. Е. Кричевский // Текстильная промышленность. – 2006. – № 3. – С. 42-45.
3. Проданчук М. Г. Текстильні матеріали та одяг – сучасні проблеми безпеки / М. Г. Проданчук [та ін.] // Легка промисловість. – 2004. – № 4. – С. 36-41.
4. Семак Б. Б. Теоретико-методологічні основи формування вітчизняного сировинного ринку екологічно безпечних товарів текстильної промисловості: монографія / Б. Б. Семак. – Херсон: Гринь Д. С., 2011. – 232 с.
5. Кириухин С. М. Качество и безопасность текстильных материалов. – Режим доступу: <http://pandia.ru/text/79/245/86131.php>
6. Міневич Г. Я. Підвищення якості та забезпечення екологічної безпечності вибілених бавовняних білизняних текстильних матеріалів. – Режим доступу: <http://ts-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=1241>.
7. Проданчук М. Г. Сучасні проблеми безпечності текстильних матеріалів та одягу в рамках гармонізації з вимогами стандартів країн Європейського співтовариства. – Режим доступу: http://medved.kiev.ua/arhiv_mg/st_2004/04_1_1.htm.

Мар'яна Пунговська, 6 курс, спец. «Менеджмент організації торгівлі», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ ХАССП

У статті розглянуто систему управління безпечністю харчових продуктів – ХАССП та використання ХАССП - системи аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок на підприємствах. Розглянуто міжнародні стандарти ХАССП. Розкрито основні принципи ХАССП, визначено переваги від запровадження системи ХАССП на українських підприємствах.

Виробництво та реалізація харчової продукції на території нашої держави має свої особливості та певні розбіжності із стандартами, які визнано міжнародними. В проєвропейських настроях нашої держави, обов'язковим елементом виробництва харчової продукції має бути якість і безпечність, які є основою добробуту та показником розвитку українського суспільства. Тому саме сьогодні так важливо, щоб наші підприємства виробляли якісну продукцію, що не суперечить хоча б тим стандартам, які є в нашому законодавстві та забезпечили конкурентоспроможний національний продукт.

Актуальність даної теми зумовила дослідження та полеміку різних її аспектів не тільки вітчизняних науковців, а й зарубіжних. Так Міжнародним інститутом безпеки та якості харчових продуктів розроблено посібник щодо впровадження та підготовки системи управління безпечністю харчових продуктів. Крім того існують ще й національні стандарти виробництва продукції. Тому за вітчизняними підприємствами залишається лише впровадити їх у практику.

Метою статті є виявлення переваг від запровадження системи управління безпечністю харчової продукції – ХАССП на українських підприємствах харчової промисловості.

ХАССП це система, яка включає найновіші методи контролю якості продукції та інспектування, є важливим інструментом регулювання й управління на підприємстві, забезпечує структурований підхід до всіх факторів стосовно контролю якості на виробництві. Система ХАССП забезпечує безперебійний процес контролю від початку виробництва до кінцевого продукту, а створення та запровадження міжнародних стандартів сприяли глобалізації ринку, встановленню рівних умов для всіх її учасників щодо безпечності харчової продукції.

Загальні стандарти міжнародного значення визначені в Codex Alimentarius «Рекомендований міжнародний звід правил «Загальні принципи гігієни харчових продуктів», які прийнято брати за основу для визначення мінімальних законодавчо обов'язкових вимог. На рисунку представлено графічне зображення обов'язкових вимог ХАССП, та вимог добровільних приватних стандартів міжнародного рівня [5, с. 11]:

Система міжнародних вимог ХАССП будується на міжнародних стандартах харчової продукції IFS, стандартах Британського консорціуму роздрібних торговців, ISO 22000:2005, Управління безпечністю харчових продуктів та власне самі системи ХАССП. Використання саме міжнародних вимог є необхідною умовою для завоювання ніші на міжнародному ринку та відповідності якості продукції загальноприйнятим стандартам.

В Україні затверджено такі стандарти щодо якості продукції:

- о ДСТУ 4161-2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги»;
- о ДСТУ ISO 22000:2007 «Система керування безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга»;

- о ДСТУ-П ISO/TS 22003:2009 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до органів, що здійснюють аудит та сертифікацію систем управління безпечністю харчових продуктів»;
- о ДСТУ-П ISO/TS 22004:2009 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Настанова щодо застосування ISO:2005»; - ДСТУ ISO 22005: 2009 «Простежуваність у кормових та харчових ланцюгах. Загальні принципи та основні вимоги щодо розроблення та запровадження системи»;
- о ДСТУ ISO 15161:2004 Настанови щодо застосування ДСТУ ISO 9001:2001 У виробництві харчових продуктів та напоїв [3].

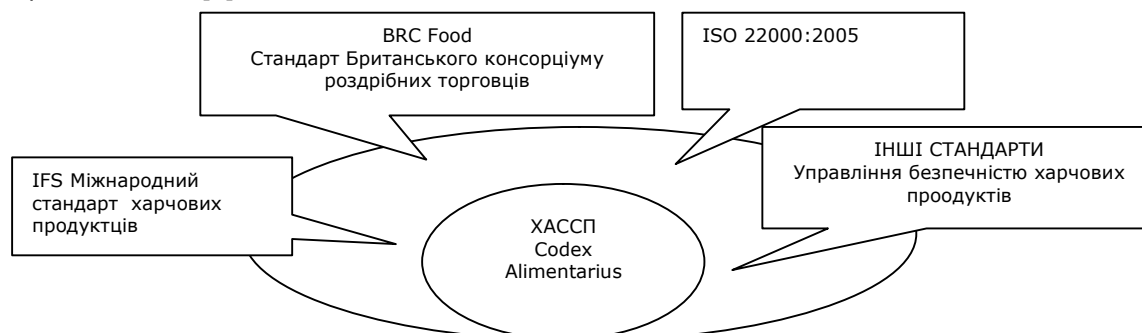


Рис. 1. Міжнародні вимоги ХАССП

Запровадження стандартів ХАССП на вітчизняних підприємствах будується на визначених принципах. Перший принцип полягає у виявленні ризиків і потенційних небезпек на всьому етапі життєвого циклу продукту та виявлення запобіжних заходів для їх ліквідації й усунення, тобто відбувається комплексна оцінка та здійснюється контроль за всіма факторами ризику. Відповідно до другого принципу, оцінюються всі критичні точки щодо етапів, процесів, операцій, здійснюється їхній контроль та зводиться до мінімуму можливість впливу негативних чинників. За третім принципом установлюються критичні межі, дотримуючись яких, можна контролювати критичну точку контролю. Наступний принцип передбачає створення системи моніторингу, який включає випробування та вимірювання, щоб з їх допомогою контролювати критичні точки контролю. П'ятий принцип забезпечує коригувальні дії, які виконують, якщо встановлено вихід за критичні межі при здійсненні системи моніторингу. Результативність системи ХАССП перевіряється шляхом розробки процедури перевірки за шостим принципом. Останній, сьомий принцип базується на реєстрації даних та документуванні процедур, необхідних для функціонування системи.

Як бачимо, за допомогою принципів ХАССП можна контролювати весь процес виробництва продукції та впливати на процес виробництва, зводячи до мінімуму ймовірність впливу небезпечних чинників.

Розглянемо сучасні тенденції впровадження системи ХАССП на українських підприємствах:

1. В Україні застосування системи ХАССП є обов'язковим для всіх компаній, що беруть участь у виробництві їжі. Цього вимагає Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів», «Про дитяче харчування». Тим не менше, більшість підприємств молочної промисловості ще не впровадили систему управління якістю та систему безпеки харчових продуктів ХАССП.

2. В Україні ХАССП застосовують переважно експортери, які працюють на ринку ЄС.

3. За даними Міністерства аграрної політики на 1 квітня 2013 року 488 підприємств уже використовують системи контролю безпечності та якості продукції, а на 98 виробництвах розпочато роботу з їх запровадження. Зокрема, значно зросла кількість підприємств, на яких діє система управління безпечністю харчових продуктів ХАССП. Водночас, в країні не менше 14 тис. суб'єктів господарювання потребують запровадження нової системи.

4. Найбільше підприємств, які впровадили міжнародні системи контролю та безпечності харчових продуктів:

- у Харківській області 82 %;
- у Дніпропетровській 73%;
- у Вінницькій 50%.

5. Загалом на 33,8% вітчизняних підприємств харчової промисловості впроваджені подібні системи [4].

Проблема щодо застосування системи ХАССП на українських підприємствах є актуальною. По перше, не всі підприємства, які виробляють харчові продукти дотримуються принципів ДСТУ, хоча за законодавством повинні; по друге, впровадження нової системи виробництва продукції потребує зміни системи та значного фінансування, що на сьогодні є болючим питанням для українських підприємств, оскільки кризові явища загострюються і спостерігається тенденція до зниження витрат на сировину, а це в свою чергу впливає на якість; по третє, навіть ті підприємства, які використовують ДСТУ не гарантують якість продукції на всі 100%, адже система контролю з боку державних органів не є жорсткою по відношенню до виробників продукції і не завжди здійснюється належний контроль з боку держави.

На нашу думку, кожне підприємство, яке здійснює виробництво продуктів харчування, повинно впровадити нову систему якості, дотримуватись принципів ДСТУ, запровадити систему ХАССП, оскільки здоров'я населення є найважливішим показником добробуту нації, а також забезпечити собі повагу до бренду з боку споживачів та конкурентоспроможність на ринку. Крім того, як свідчить практика існує багато позитивних явищ при впровадженні системи якості ХАССП:

1. Зростання доходів (доступ до нових ринків, розширення збуту через роздрібні мережі).

Зростання доходів дасть підприємству можливість функціонувати та розвиватися, розширювати своє виробництво, захоплюючи нові ринки, що позначиться на кількісних і якісних показниках.

2. Скорочення загальних витрат (краще управління персоналом та мотивація, більша відповідальність працівників, ефективніший процес виробництва).

Оскільки система буде контролюватися на кожному процесі, то відповідно і витрат з неякісною продукцією буде менше, а мотивований персонал буде краще виконувати свою роботу ніж раніше.

3. Покращення стабільності показників якості та безпечності продукції, терміну її придатності й поліпшення характеристик (менше втрати від зіпсованої продукції).

По суті продукція матиме нове значення в уявленні споживачів, як продукт який є корисним, безпечним та відповідає усім вимогам стандарту.

Система ХАССП має тільки позитивні наслідки від її впровадження як для виробників самої продукції, так і для споживачів, які її купують.

Крім того впровадження системи управління сприятиме економії коштів через нечасті повернення продукції та зменшення збитків від її псування, поліпшить обмін інформацією між підрозділами та ретельний аналіз бізнес-процесів, забезпечить зростання продуктивності праці та зменшить плінність кадрів на підприємстві, допоможе в керуванні ризиками та загрозами.

Запровадження системи ХАССП є тривалим процесом, який потребує часу та коштів. Зміни стосуються всього підприємства, яке бере участь у виробництві продукції, починаючи виробничими системами і закінчуючи персоналом. У процесі запровадження змін потрібне навчання, контроль, зміна обладнання, перепроектування приміщень, підготовка фахівців до нового виробничого процесу. Саме тому найважливішими змінами є зміни в свідомості працівників, які виробляють продукцію. Нова система управління має будуватись на усвідомленні важливості характеристик якості продукції, а всі технологічні етапи повинні бути виконані та проконтрольовані на найвищому рівні. Така нова система забезпечить безперебійність виробництва, якість, окупність оптимізацію виробничого процесу й повагу з боку споживачів.

Отже, система ХАССП – система управління безпечністю харчових продуктів є важливим елементом у міжнародних економічних відносинах при вступі України до ЄС. Наші підприємства повинні запровадити у своїй діяльності державні стандарти. Вигоди від такого процесу є як для покупців, які довірятимуть обраному продукту та будуть впевнені в їхній якості, що є надзвичайно важливо, так і для підприємств, які зможуть контролювати процес виробництва та зменшити відходи та брак. А з іншого боку – це крок вперед, усвідомлення важливості якості продукції на міжнародному рівні, який є показником ефективності діяльності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Ахметова Ж.Т. Внедрение системы ХАССП в производство [Текст] / Ж.Т. Ахметова // Эффективность функционирования сельско-хозяйственных предприятий. Материали І міжнародної науково-практичної конференції (22 травня 2012 р.). – Львів. – 2012. – С. 19–21.
2. Чибісов Д.М. Україна та Світова організація торгівлі: питання узгодження бізнес-інтересів та державної торгівельної політики [Текст] / Д.М. Чибісов // Південноукраїнський правничий часопис. – 2010. – № 4. – 233 с.
3. Ветеринарний інформаційний ресурс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vet.in.ua/menu/articles>.
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.
5. Посібник з підготовки та впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agroinvest.org.ua>.

Ірина Савчук, 1 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Хотинь Л.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ У ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ

У даній статті розглядаються загрози та ризики використання та розповсюдження генетично модифікованих організмів (ГМО), їх вплив на організм людини і навколишнє середовище. Пропонуються напрями вдосконалення використання та виробництва генно модифікованих товарів за рахунок розвитку системи контролю ГМО в Україні.

Безпека для здоров'я людини багато в чому визначається якістю і безпечністю харчової продукції, яку він вживає кожного дня. Сьогодні на нашому ринку представлена як натуральна продукція, так і продукти, що містять ГМ-компоненти, тому досить актуальною темою є вплив генетично модифікованої продукції на організм людини, на довкілля, вивчення системи регулювання обігу ГМО в Україні.

Генетично модифікований організм – це живий організм, генотип якого було змінено за допомогою методів генної інженерії з метою створення нових властивостей, необхідних людині. Через зміну спадкової інформації у рослин можна домогтися підвищення їх урожайності, стійкості до гербіцидів, вірусів, хвороб [2, с.55]. Такі рослини дають більш багаті і стабільні урожаї, ніж їхні природні аналоги, на їх ріст та врожайність не впливають можливі природні аномалії. Харчові продукти, отримані з таких генномодифікованих культур, можуть мати поліпшені смакові якості, краще виглядати й довше зберігатися.

До щоденного меню ГМО потрапляють завдяки стравам і напоям, які мають у своєму складі продукти переробки сої (молочні продукти, йогурти, сири, ковбаси, паштети, цукерки, кондитерські вироби, маргарин тощо) або трансгенні харчові добавки. Наприклад, аспартам (Е951), лецитин (Е323, Е101, Е150, Е415) тощо. Для того, щоб зробити помідори й полуницю стійкими до морозу, їм вживляють гени північних риб, а для захисту кукурудзи від шкідників їй можуть прищепити дуже активний ген, отриманий з отрути змії.

Досліди із внесення чужих генів у ДНК рослин і тварин почали проводити в 1970-х роках. Перші трансгенні продукти розробила фірма «Monsanto» (США). Біотехнічні компанії, що займалися виробництвом ГМ продуктів, розвивалися швидкими темпами. Зупинити виробництво, до якого залучено величезні інвестиції, було практично неможливо. Основними країнами – виробниками ГМО стали США, Китай, Канада, Аргентина [1, с.56].

Завданням нашої статті є розгляд проблемних питань, що стосується ГМ продукції:

- загрози від використання ГМО для здоров'я людини;
- ризики використання ГМО для навколишнього середовища;
- необхідність створення єдиного державного органу контролю ГМО в Україні;
- проблеми маркування ГМ-продукції в Україні.

Зазначена проблематика розглядається у працях значної кількості дослідників, зокрема: Будьонний М., Дуліна О., Моріна Н. описували в своїй роботі актуальні питання визначення ГМО та маркування харчової продукції; Колесник М. досліджував закордонний досвід нормативно правової бази ГМ продуктів харчування; Волков О. описував у статті державне регулювання обігу генетично модифікованої продукції; Бугера С.І. вивчала використання генетично модифікованих організмів у сільському господарстві.

Вживання людиною ГМ-продуктів може привести до різноманітних порушень у вигляді пригнічення імунітету, появи гострих відхилень функціонування організму, таких як алергічні реакції та метаболічні розлади, внаслідок безпосередньої дії трансгенних білків. Часто при споживанні даних видів продуктів з'являється стійка патогенна мікрофлора до антибіотиків у наслідок того, що у процесі отримання ГМО використовують маркерні гени, стійкі до антибіотиків або порушення здоров'я, пов'язані із накопиченням в організмі людини гербіцидів. Тому кожен має зважити всі «за» і «проти» перед тим, як виробляти, продавати чи споживати товар з позначкою ГМО. З кожним днем все більш актуальною стає ця тема, тому що ніхто не може бути впевнений остаточно, що не споживає в їжу ГМ-організми, оскільки системи контролю фактично немає.

Водночас є численні факти негативного впливу ГМО на довкілля. Серед найпоширеніших проблем можна виділити: генетичне забруднення традиційних та органічних культур, зниження сортової різноманітності сільськогосподарських культур; ураження токсичними трансгенними білками нецільових комах, ґрунтової мікрофлори, порушення трофічних ланцюгів; поява у шкідників стійкості до використання трансгенних токсинів. Хоч використання ГМ-компонентів і сприяє збереженню значної кількості врожаю, збільшує прибуток фермерів і підприємців, але завжди треба врахувати вплив людської діяльності на навколишнє середовище. Наша Україна є аграрною країною, яка має хороший потенціал у виробництві продуктів харчування на біологічній основі, тому потрібно розвивати сільське господарство без масового використання ГМ-добавок та ГМ-компонентів.

Вирощування ГМ-культур, як і використання їх у харчовій промисловості, в Україні заборонено. У реальності заборона існує лише на папері: трансгенні рослини все в більших масштабах не лише вирощуються, а й потрапляють до раціону українців. За неофіційними даними, з усього обсягу посівів сої генно-модифікованими є до 70%, кукурудзи – 10-20-%, соняшнику – понад 10% [5, с.85]. Оскільки в Україні система регулювання обігу є відносно новою і недосконалою, то ймовірність збільшення обсягів такої продукції з кожним роком все зростає.

Ще 2003 року наша країна приєдналася до Картахенського протоколу, що визнає потенційні ризики безконтрольного поширення ГМО, регламентує міжнародні норми поводження з генетично модифікованими організмами і обмежує їх поширення. Основним стратегічним положенням Картахенського протоколу про біобезпеку до Конвенції про біологічне різноманіття є забезпечення належного рівня захисту в галузі безпечної передачі, обробки і використання живих змінених організмів, отриманих в результаті використання сучасної біотехнології, які можуть мати несприятливий вплив на збереження і стале використання біологічного різноманіття, з урахуванням ризиків для здоров'я людини та з приділенням особливої уваги транскордонному переміщенню.

Основним нормативно-правовим актом регулювання обігу ГМО в Україні є Закон України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» [1]. На сьогодні не існує в Україні єдиного державного органу, який би займався питаннями ГМО, тому повноваження щодо контролю та регулювання розділені між п'ятьма основними органами виконавчої влади: Кабінетом Міністрів, Міністерством освіти та науки, Міністерством екології та природних ресурсів, Міністерством охорони здоров'я та Міністерством аграрної політики та продовольства. Задля вдосконалення системи контролю потрібно створити єдиний державний орган з біологічної й генетичної безпеки за використанням ГМО, який успішно функціонував би в межах країни.

Нині в Україні є три лабораторії, які можуть виявити ГМО в продуктах харчування та іншій продукції, яка містить або може містити ГМО компоненти. Тому Україні вкрай необхідно створити більш незалежні випробувальні центри, які б займалися оцінкою концентрації ГМО, адже без діючих лабораторій і застосування найновіших технологій неможливо виявити генетично модифіковані організми і забезпечити виконання закону.

Українське законодавство зобов'язує виробника надавати споживачеві достовірну інформацію про вміст ГМО в продукції або використання ГМО при виробництві шляхом маркування цих товарів. Якщо харчові продукти містять ГМО обсягом більше 0,9 %, то відповідна інформація повинна бути зазначена на етикетці. Але не завжди виробники правдиво наносять усі компоненти на товар, тому потрібно державним органам запроваджувати санкції та реагувати на недобросовісність вітчизняних підприємців.

Таким чином, дослідивши проблемні питання ГМО продукції на ринку країни, можна сформулювати напрями їх вирішення:

- створити єдиний державний орган з безпеки та контролю за використанням ГМО продуктів;
- забезпечити контроль за ввезенням та обігом на територію України харчової продукції;
- встановити державний контроль за діяльністю підприємств, що виготовляють дану продукцію, а також запровадити ряд санкцій за недотриманням вимог, встановлених державними органами;
- зобов'язувати виробників правдиво інформувати споживачів про наявність ГМ-компонентів у складі продуктів харчування, тобто здійснювати повне маркування на тарі, етикетках тощо.

Система здійснення контролювання виробництва, обігу, використання ГМ-продуктів в її практичному аспекті потребує належної системи управління, важливими елементами якої є формування відповідних документів, забезпечення достовірної інформації, інформування споживачів про товар, контролювання та оцінювання діяльності підприємств, які займаються випуском генетично модифікованої продукції.

Список використаної літератури:

1. ЗУ «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, №35, ст.484 (Із змінами від 23.02.2012, ВВР, 2012, №42, ст.529)
2. Будьонний М. Актуальні питання визначення ГМО та маркування харчової продукції / М. Будьонний, О. Дуліна, Н. Моріна // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2011 – №6. – С. 55 - 60.
3. Колесник М. ГМО на вашому столі / М. Колесник // Контракти. – 2012 – №16 – С. 24 - 28.
4. Волков О. Державне регулювання обігу ГМО в Україні: поточний стан та концепція реформування. – 2014 – с. 3-33 [http://uga-port.org.ua/sites/default/files/concept_for_gmo_reform_october_2014_branded_u_final-1.pdf]
5. Бугера С.І. Використання генетично модифікованих організмів у сільськогосподарському виробництві / С. І. Бугера // Інформація і право. – 2013 – №3 (№3) – С.84-92.

Марина Семенюк, 6 курс, спец. «Менеджмент організацій торгівлі», д/ф,
Наук. кер. - Бозуленко О. Я.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ БЕЗПЕЧНОСТІ УПРОВАДЖЕННЯ БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню генетично модифікованих продуктів та їх впливу на організм людини. Здійснено аналіз переваг і недоліків упровадження трансгенних організмів. Проаналізовано правомірність застосування ГМО в харчових продуктах на території України. Наведені рекомендації щодо забезпечення регулювання виробництва й убезпечення харчових продуктів з використанням ГМО.

В останні роки все більший вплив на здоров'я населення планети здійснює якість і структура харчування. Одним з перспективних напрямів удосконалення харчової політики є активне впровадження біотехнологій, які мають величезний потенціал у створенні сортів сільськогосподарських культур, здатних витримувати екстремальні кліматичні умови, протистояти хворобам і різноманітним шкідникам, вимагати меншої кількості хімічних добрив і засобів захисту рослин і водночас мати вищі поживні властивості. Незважаючи на ці переваги, все ж виникають сумніви щодо досконалості біотехнологій.

Актуальність вивчення даної теми обумовлена тим, що генна інженерія, як нова технологія виведення нових продуктів, досить швидко впроваджується в наше життя. На сучасному етапі неконтрольоване ввезення до України трансгенних рослин, екологічно необґрунтоване використання генетично змінених рослин, організмів, речовин і похідних продуктів, а також посилення впливу шкідливих генетичних ефектів від використання генетично змінених організмів в біотехнології є реальною загрозою національній безпеці України та здоров'ю громадян. Тому існує потреба в детальному дослідженні проблем у даній сфері.

Дослідженню безпечності генно-модифікованих продуктів присвячені праці вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: С.В. Аранчій, А.В. Бабюк, А.А. Дубініна, В.Д. Малигіна, В.А. Павлова, О.В. Макарова, Н.С.Марюха, М.М. Маренич, В.П. Осадчук, Л.Ф. Павлоцька, В.П. Пішак, П. Х. Пономарьова, М.М. Радько, М.С. Рогозинський, Л.В. Романів, П.Т. Саблук, Л.Д. Титаренко, О.Є. Федорова, Л.Г.Чернюк, А.М. Чуйко та ін. Водночас, деякі аспекти безпечності ГМ продуктів в Україні недостатньо вивчені.

Метою статті є аналіз і визначення проблем використання ГМО в Україні та надання пропозицій, щодо запобігання їх поширенню. Реалізація зазначеної мети зумовила необхідність визначення таких завдань:

- визначити сутність генно-модифікованих організмів;
- проаналізувати нормативно-правову базу, щодо регулювання ГМО на ринку харчових продуктів;
- дослідити переваги та недоліки впровадження генно-модифікованих організмів;
- запропонувати методи убезпечення харчових продуктів і запобігання поширення ГМ-продукції на території України.

Щоб зрозуміти наскільки корисно чи навпаки вживати ГМ-продукти, необхідно, перш за все, визначити їх суть. Під генетично модифікованим організмом (ГМО) розуміється будь-який організм, у якому генетичний матеріал був змінений за допомогою штучних прийомів переносу генів, які не відбуваються у природних умовах на основі:

- рекомбінантних методів, які передбачають формування нових комбінацій генетичного матеріалу шляхом внесення молекул нуклеїнової кислоти у будь-який вірус, бактеріальний плазмід, або іншу векторну систему та їх включення до організму-господаря, в якому вони зазвичай не зустрічаються, однак здатні на тривале розмноження;
- методів, які передбачають безпосереднє введення до організму спадкового матеріалу, підготовленого ззовні організму, включаючи мікроін'єкції, макроін'єкції та мікроінкапсуляції;
- методів гібридизації (живі клітини з новими комбінаціями генетичного матеріалу формуються шляхом злиття двох або більше клітин у спосіб, який не реалізується за природних обставин) [1].

Першу в світі генетично модифіковану рослину виростили на основі розробок біологічної зброї в 1983 році в США. А через десять років, без належної перевірки на безпеку для людини, на світовому продовольчому ринку з'явилися перші генетично модифіковані продукти. Почався глобальний неконтрольований експеримент на людстві.

До кінця 2014 року в 36 країнах, що регулюють використання ГМ-культур, було видано 2833 дозволів на використання генетично модифікованих продуктів, з них 1321 - для вживання в їжу, і 918 - на корм худобі. Всього на ринок було допущено 27 генетично модифікованих культур (336 сортів), основними з них були: соя, кукурудза, бавовна, картопля [3].

На даному етапі розвитку генної інженерії результати вживання генно-модифікованих продуктів для майбутніх поколінь є невідомим і не вивченим. Світова наука, все ж, поки що не спроможна визначитись з безпекою генетично модифікованих організмів. Більшість думок науковців світу схильні до того, що штучно змінені продукти харчування представляють собою серйозну небезпеку здоров'ю людини, споживачеві цієї генно-модифікованої продукції і відповідно екології оточуючого середовища. У суспільстві теж зберігається стурбованість перед можливими негативними наслідками генно-інженерних експериментів.

Тому варто визначити ризики виведення та застосування генно-модифікованих організмів:

1. Гострі порушення функціонування організму, такі як алергічні реакції, отруєння та метаболічні розлади, завдані споживанням продуктів біотехнологій виникають у короткий термін після взаємодії з ними.

2. Пошкодження організму в результаті інфекційних захворювань пов'язаних з вивільненням генетично змінених мікроорганізмів і штучно підвищеної вірулентності природних збудників.

3. Пошкодження і несприятливі зміни в генотипі з урахуванням віддалених наслідків для фізіологічної та репродуктивної системи в результаті горизонтального переносу генів з можливим комбінованим фізичним і хімічним впливом на генотип [2].

Також дуже небезпечними є ризики, які пов'язані з:

– потраплянням в організм людини гербіцидів. Більшість відомих трансгенних рослин стійкі до сільськогосподарських хімікатів і здатні їх акумулювати. Є дані про те, що цукровий буряк, стійкий до гербіциду гліфосат, накопичує його токсичні метаболіти;

– появою стійкості мікрофлори людини до антибіотиків. При створенні ГМО використовуються маркерні гени стійкості до антибіотиків, які, потрапляючи в організм, можуть перейти у кишкову мікрофлору. Оскільки бактерії легко обмінюються генами (зокрема, стійкими до антибіотиків), то такі гени можуть потрапити до хвороботворних бактерій і зробити їх стійкими до певного антибіотика, а отже, набагато важче контролюваними. Наслідком може стати неможливість лікування багатьох інфекційних захворювань. Ризик від вживання таких ГМО досить значний [6].

Однак, жодного підтвердженого наукового дослідження, що вказує на ризик застосування дозволених генетично-модифікованих продуктів, на сьогодні немає. У генетично модифікованих рослин є і плюси. Приміром, хімікатів у них накопичується менше, ніж у їх природних аналогах. Деякі самі руйнують гербіциди - за рахунок вмісту особливого ферменту. Більшість сортів сільськогосподарських культур, в яких присутні модифіковані гени, мають більшу врожайність, здатні витримувати екстремальні кліматичні умови, протистояти хворобам і шкідникам, потребувати меншої кількості хімічних добрив і засобів захисту рослин та водночас мати вищі поживні властивості. Всі рослини, отримані шляхом генної модифікації, в обов'язковому порядку проходять випробування на біологічну та харчову безпеку. Медики вважають, що вплив генно-модифікованих продуктів на людину стане явним років через 50 - коли зміниться як мінімум одне покоління людей, вигодуване трансгенною їжею [7].

Зважаючи на ряд ризиків, дуже важливо нормативно регулювати виведення ГМ-культур і слідкувати за їх поширенням на прилавки магазинів. В Україні поки відсутнє окреме законодавство з проблем генетично модифікованих організмів. Слід відмітити ряд статей у законах України, які розглядають цю проблему. Передусім статті 50, 66 та пункт 6 статті 92 Конституції України враховують проблеми біотехногенної продукції. Питання ГМО зазначені у таких законах України: «Про охорону навколишнього природного середовища» - статті 53, 57, 72; «Про тваринний світ» - статті 46, 53, 58; «Про екологічну експертизу» - 1, 7, 10, 14, 24 та 39 статті; «Про природно-заповідний фонд України» - статті 7, 16, 62, 64; «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» - 3, 4, 6, 10 та 13 статті; «Про основи законодавства охорони здоров'я» - статті 6, 8, 15, 22, 24, 27, 45; «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення» - ст.ст. 1, 5, 6, 9, 11-13, 15, 16, 25, 31 та 33 стаття.

Однією з причин неефективного функціонування законодавства, присвяченого генетично модифікованим організмам, є недосконалий механізм проведення державної екологічної експертизи.

Фактично повинен існувати Державний реєстр ГМО, в якому мають міститися продукти генетичної модифікації, які можна використовувати в продуктах харчування. Однак сьогодні Державний реєстр порожній - до нього не внесено жодного ГМО. Законодавством передбачена необхідність ведення реєстру, однак механізму внесення відомостей до нього на практиці не існує.

Крім того, у статті 15 Закону «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» вказується, що промислове виробництво та введення в обіг ГМО, а також продукції, виробленої із застосуванням ГМО, до їх державної реєстрації забороняється. Це означає, що всі ГМО в Україні заборонені, але на практиці це зовсім не так [4].

Законодавство по регулюванню ГМО, яке базується на Міжнародних керівних принципах техніки безпеки ЮНЕП (комісія ООН з екологічних програм) в галузі біотехнології розроблено у країнах Європейського Союзу, Росії, США та інших. Вони розглядають питання охорони здоров'я людини, її екологічної безпеки щодо всіх видів застосування методів біотехнології або генної інженерії - від наукових досліджень до збуту продукції з ГМО, яка містить компоненти з новими якостями, отриманих внаслідок генетичних змін [5].

Створення такої нормативної бази в Україні забезпечить контрольоване виведення ГМ організмів, здійснення заходів щодо убезпечення харчових продуктів, в яких присутні модифіковані гени та їх вплив на здоров'я людини.

Отже, думки вчених про безпеку генетично модифікованих організмів розходяться. Немає жодного наукового факту проти використання трансгенних продуктів. У той же час деякі фахівці вважають, що існує потенційна небезпека для біологічних об'єктів, для здоров'я людини після вживання таких трансгенних продуктів.

Тому, перш за все, щоб уникнути негативних наслідків використання ГМ-продукції необхідно:

- запроваджувати посилене законодавче регулювання ввозу, вирощення генно-модифікованих продуктів згідно міжнародних вимог, які впроваджені в країнах ЄС і США;
- затвердити Державний реєстр ГМО, в якому мають міститися продукти генетичної модифікації, які можна використовувати в продуктах харчування;
- впроваджувати системи перевірки якості на самих виробництвах харчових продуктів та продовольчої сировини;
- проводити контроль якості продукції, що ввозиться в Україну, аналізувати її безпечність;
- ввести обов'язкову сертифікацію харчових продуктів, згідно вимог законодавства, щодо їх безпечності до вживання;
- запровадити обов'язкове маркування виробниками вмісту ГМО в продукції, щоб покупці самі могли обирати, споживати їм даний модифікований продукт чи ні;
- переорієнтувати виробництва на вирощення органічної продукції, так як споживачі, які ведуть здоровий спосіб життя готові навіть платити дорожче, аби вживати екологічно-чисті продукти;
- підтримувати сільські господарства, які орієнтуються на вирощені органічних продуктів без обробки шкідливими пестицидами на рівні країни.

Тому потрібно удосконалювати нормативну базу регулювання ГМО на території України і здійснювати всебічний і постійний контроль якості харчової продукції.

Список використаних джерел:

1. Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів [Електронний ресурс] : Закон України від 31. 05. 2007. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/> (дата звернення 3.10.2015 р.).
2. Ангурець А. В. Классификация рисков при использовании ГМО [Електронний ресурс] / А. В. Ангурець // «Физиология трансгенного растения и проблемы биобезопасности» 29.11-03.12.2004. – Режим доступу: <http://www.bio.su/> (дата звернення 3.10.2015 р.).
3. Генетически модифицированные продукты польза и вред [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukzdor.ru> (дата звернення 2.10.2015 р.).
4. Мартинюк Н. Чи потрібно виводити з тіні ГМО? [Електронний ресурс] // Офіційний ВЕБ-сайт Всеукраїнського ділового журналу «Аграрний тиждень. Україна» – Режим доступу: <http://a7d.com.ua/> (дата звернення 3.10.2015 р.).
5. Мягченко О. П. Безпека життєдіяльності людини та суспільства [Текст] : навчальний посібник / О. П. Мягченко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 384 с.
6. Проблема ГМО в Україні - реальність сьогодення [Текст] // Споживач.інфо. – 2009 – № 2 (2).
7. Створення і застосування генетично модифікованих організмів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrefs.com.ua>.

Ярослава Ярмолюк, 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. - Любківська Г.В.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м.Чернівці

ЗНАЧЕННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Впровадження генетично модифікованих продуктів на український ринок потребує особливої уваги і дотримання діючого законодавства, обізнаності споживачів для виваженого прийняття рішень щодо споживання даної групи товарів.

Характерна для української економіки криза у сільському господарстві стала причиною зменшення обсягів виробництва сільськогосподарських продуктів. Над проблемою подолання недовиробництва продовольчих товарів працюють фахівці різних галузей. Враховуючи досягнення НТП зокрема у генній інженерії, вчені запропонували вихід - генетично модифіковані продукти. Це поняття застосовують до продуктів, які отримані за рахунок змін генетичного апарату живих рослинних та тваринних організмів [1]. ГМО із наперед заданими властивостями здатні краще пристосовуватися до змін кліматичних умов, дають більші врожаї, потребують менше затрат на обробку під час росту та здатні довше зберігатися. Багато вчених, які працюють в напрямку генної інженерії, кредом для себе обрали вирішення проблеми забезпечення населення продуктами харчування. Генна інженерія — це розділ молекулярної біології та генетики, метою якого є створення організмів з новими, удосконаленими та наперед заданими комбінаціями спадкових властивостей, таких, що не поширені в природі [1].

Метою одержання генетично модифікованих організмів є поліпшення корисних характеристик організму-донора (стійкість до шкідників, морозостійкість, збільшення обсягів урожайності, регулювання калорійності тощо) та зниження собівартості харчових продуктів [7].

Вперше генетично модифіковані організми (ГМО) були отримані у 1980 році. Перші модифіковані організми були створені на основі рослин, нині найпоширенішими є трансгенні рослини. Серед них лідирують картопля, кукурудза, соя, ріпак, бавовник. Вчені наділяють їх морозостійкістю, опірністю до вірусів, інсектицидними якостями ґрунтових бактерій тощо [2].

За останні п'ятнадцять років площі, що зайняті під вирощування генетично модифікованих культур, збільшились у 87 разів. Найбільш відомими світовими виробниками продукції, що містить ГМО, є: США (68 %), Аргентина (11,8 %), Канада (6 %), Китай (3 %). Понад 30 % усієї вирощеної у світі сої, 16 % бавовни, 11 % рапсу і 7 % кукурудзи вирощені із застосуванням генної інженерії.

Згідно з опитуванням Департаменту сільського господарства США 75 % фермерів вважають, що основною причиною переходу на ГМО були очікування зростання урожаю і, відповідно, прибутків. На підвищену зацікавленість фермерів до ГМО впливають наступні чинники:

1. збільшення максимального урожаю;
2. збільшення економічно оптимального урожаю;
3. зниження вартості вирощування, при незмінному урожаї;

4. поліпшення якості продукції;
5. менший ризик зміни продажної ціни.

Проте важко точно визначити економічну вигоду ГМО-рослин. ГМО-насіння коштує дорожче за звичайне (у середньому на 20 – 30 % у США та на 35 – 40 % в ЄС) [6].

Немає однозначної думки вчених та лікарів щодо безпечності вживання продукції, що містить ГМО. Нову генетичну комбінацію від ГМО може отримати умовно патогенна кишкова паличка. Якщо вона потрапляє в сечостатеву систему чи кров, то може спричинити запальні процеси, навіть менінгіт або пневмонію. Це добре відомий факт. Тому існують серйозні ризики, пов'язані саме з генетично модифікованими мікроорганізмами [5, с. 107]. За даними Держспоживстандарту, ГМ-продукти можуть викликати алергію, порушення обміну речовин, хвороби шлунку. З розряду віддалених можливих наслідків — мутагенні. Але вони так і залишаються невивченими.

У Законі України «Про захист прав споживачів» є положення про те, що споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари [3]. Інформація, яка повинна бути вказана на упаковці товару, поруч із назвою товару, ціною, датою виготовлення та даними про виробника, має містити обов'язкову позначку про застосування генної інженерії під час виготовлення товарів. Тому актуальним питанням сьогодення є маркування харчових продуктів, що містять генетично модифіковані організми.

До списку відомих зарубіжних фірм-лідерів, товари яких можуть містити генетично модифіковані продукти, можна віднести Coca Cola, Danone, Heinz, Hipp, MacDonald's, Nestle, Stimorol, Wrigley's.

У світовій законодавчій базі зафіксовані сфери діяльності, що підлягають регулюванню під час поводження з ГМО, серед яких:

- 1) генетично-інженерна діяльність, що здійснюється у замкненій системі;
- 2) генетично-інженерна діяльність, що здійснюється у відкритій системі;
- 3) державна реєстрація ГМО та продукції, виробленої з їх використанням;
- 4) введення в обіг ГМО та продукції, виробленої з їх використанням;
- 5) експорт, імпорт та транзит ГМО.

В Україні нині чинна така нормативно-законодавча база з питань ГМО:

- Закон України «Про державну систему біобезпеки при створенні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» від 31 травня 2007 р. № 1103-V;
- Закон України «Про приєднання до Картахенського протоколу про біобезпеку до Конвенції про біологічне різноманіття» від 12 вересня 2002 р. № 152-IV;
- ДСТУ CEN/TS 15568:2008 Продукти харчові. Методи виявлення генетично модифікованих організмів та їх похідних. Відбір проб;
- ДСТУ ISO 21570:2008 Продукти харчові. Методи виявлення генетично модифікованих організмів та їх похідних. Кількісний метод на основі аналізу нуклеїнової кислоти;
- ДСТУ ISO 21569:2008 Продукти харчові. Методи виявлення генетично модифікованих організмів та їх похідних. Якісний метод на основі аналізу нуклеїнової кислоти;
- ДСТУ ISO 21572:2006 Продукти харчові. Методи аналізу для визначення генетично модифікованих організмів і похідних продуктів. Методи, які ґрунтуються на аналізі білків;
- ДСТУ ISO 21571:2008 Продукти харчові. Методи виявлення генетично модифікованих організмів та їх похідних. Екстракція нуклеїнової кислоти;
- ДСТУ ISO/TS 21098:2009 Харчові продукти. Методи аналізу по визначенню генетично модифікованих організмів та похідних продуктів, створені на основі аналізу нуклеїнових. Доповнення до стандартів ISO 21569, ISO 21570, ISO 21571, IDT;
- ДСТУ ISO 24276:2008 Продукти харчові. Методи виявлення генетично модифікованих організмів та їх похідних. Основні вимоги і визначення;
- ДСТУ 5021:2008 Соя. Ідентифікація генетично модифікованих організмів. Ч. 2. Метод визначення генетично модифікованих організмів;
- ДСТУ 5021:2008 Соя. Ідентифікація генетично модифікованих організмів. Ч. 1. Методи відбирання та правила готування проб;
- ДСТУ 6056:2008 Буряки. Метод визначення живих змінених організмів у насіннєвому та рослинному матеріалі з використанням полімеразної ланцюгової реакції;
- Технічний регламент «Генетично модифіковані продукти харчування та корми» (Директиви 1829/2003 ЄС від 22 вересня 2003 р.)
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку державної реєстрації генетично модифікованих організмів джерел харчових продуктів, а також харчових продуктів, косметичних та лікарських засобів, які містять такі організми або отримані з їх використанням» від 18 лютого 2009 р. № 114.
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку етикетування харчових продуктів, які містять генетично модифіковані організми або вироблені з їх використанням та вводяться в обіг» від 13 травня 2009 р. № 468.

На даний час в Україні налічується лише три лабораторії, в яких можна ідентифікувати наявність ГМО в продуктах. Це лабораторії при «Укрметрестандарті», Інституті токсикології ім. Медведя та при Аграрній академії. Всі вони розташовані в Києві [5].

Для виявлення ГМО в рослинній сировині та в харчових продуктах використовуються два основні методи дослідження: імуно-ферментний аналіз та аналіз ДНК рослин [4].

Отже, ГМО є важливим компонентом для вирішення продовольчих програм. Трансгенні продукти мають бути відповідно позначені і люди повинні мати право вибору: купувати їх чи не купувати, вживати чи не вживати.

Відсутність інформації про розповсюдження генетично модифікованих організмів призводить до низького рівня усвідомлення проблеми населенням. Потрібно розвивати науково-дослідну роботу щодо використання ГМО, розробити ефективну законодавчу базу. Трансгени можна без обмежень використовувати на технічному рівні, не завдаючи при цьому шкоди здоров'ю людини та збільшувати ефективність проці та здешевлювати сировину. Наша держава, приймаючи відповідні закони про біобезпеку, повинна створити і механізми реалізації цих нормативно-правових актів.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державну систему біо-безпеки при створенні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» від 31 травня 2007 р. № 1103-V.
2. Коваль Л. Трансгени: порятунком чи загрозою // Урядовий кур'єр. — 24 травня 2007 року. — № 90.
3. Малолеткова О. Мутанти в холодильнику // Урядовий кур'єр. — 5 квітня 2007 року. — № 61.
4. Новожицька Ю. М. Генетично модифіковані організми [Електронний ресурс] / Ю. М. Новожицька, О. С. Гайдей // Ветеринарна медицина України. - 2012. - № 11. - С. 8-9. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vetm_2012_11_5.pdf
5. Рабінович А. Право людини на якісні продукти харчування: нормативно-юридичний механізм його забезпечення в Україні // Підприємство, господарство і право. — 2006. — № 8. — С. 105–109.
6. Шапоренко О. І. Економічні та екологічні аспекти використання генетично модифікованих організмів [Електронний ресурс] / О. І. Шапоренко // Актуальні проблеми державного управління. - 2010. - № 1. - С. 270-276. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/apdy_2010_1_38.pdf
7. Шевченко А. Поширення на території України продукції із вмістом ГМО / А. Шевченко, В. Данько, К. Кузьминська // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2010. - № 5. - С. 50.

Ярослава Ярмолук, 4 курс, спец. «Товарознавство та комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Гончарова О.М.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТА ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

Стаття присвячена вивченню надійності ювелірних виробів та впливу дефектів і недоліків, що виникають під час їх експлуатації. Здійснено аналіз основних способів фальсифікації ювелірних виробів з дорогоцінних металів. Розглянуто класифікацію за ступенем значущості дефектів та можливих варіантів суттєвих недоліків. На основі даного аналізу визначено способи покращення якості ювелірних виробів.

Сучасна ювелірна галузь України знаходиться на етапі розвитку. На якість товарів впливає багато факторів, серед яких основними є якість матеріалів, технологія виробництва та дизайн виробів.

Перед ювелірною промисловістю виникають проблеми, що пов'язані з їхньою якістю, безпечністю та надійністю: це недотримання виробниками вимог законодавства України, технічного регулювання, стандартизації, відсутність системи контролю за якістю, нечесність підприємців, що використовують «нестандартні сплави» та домішки, використання неякісних імпортованих сплавів, нестійких покриттів, що не відповідають показникам надійності та безпеки та не пройшли випробування на відповідність. Усі махінації підприємців, які у будь яку ціну хочуть знизити собівартість продукції та збільшити прибутки підприємства в умовах перенасичення ринку ювелірними виробами, полягають у проявленні значних механічних дефектів, змін кольору поверхні, потьмяніння металів та алергічних проявів у здоров'ї споживачів. Це зумовлено порушенням технології виробництва, використанням імпортованих домішок неблагородних металів для виготовлення ювелірних виробів і припоїв, що не відповідають вимогам якості [5].

Метою дослідження є вивчення основних методів фальсифікації та впливу дефектів і недоліків, що виникають під час їх експлуатації. Завдяки дослідженням і зусиллям таких вчених, як Річард Карано, Христопер Корті, Давід Федерман безпека ювелірних виробів є головною вимогою світової спільноти та гарантується стандартами ASTM та ISO. Предметом нашого дослідження є проблеми формування та розвитку ринку ювелірних виробів в Україні [1,5].

Питання якості ювелірних виробів вивчали такі вітчизняні науковці, як Артюх Т.М., Біленький А.В., Вартанян В.М., Шуляк А.В., Можаров О.В., Турков Д.О., Індутний В.В., ін. Серед іноземних авторів можна виділити праці Е. Бреполя, Д. Отт, Милани І. та ін [4].

Проблеми якості та справжності ювелірних виробів були і залишаються актуальними в усі часи історії людства. Підробки відомих ювелірних фірм та майстрів, імітація дорогоцінних каменів та металів – це все стало традицією, та з давніх часів є майстерно налагодженим бізнесом. Цю тезу підтверджують найдавніші письмові згадки Діонісія Перієгета про ювелірні вироби, а саме камені та метали. А книга давньоримського вченого Кая Плінія Секунда Старшого «Історія природи» у 23–73 рр. н.е. серед характеристики мінералів та їх торговельної цінності наводить дані про деякі можливі способи та види фальсифікацій [7, с. 120].

На вітчизняному ринку сьогодні досить часто зустрічається фальсифікована продукція, тому належність до справжнього ювелірного виробу можна визначити за ідентифікаційними ознаками структури, складом металевго сплаву та технології виготовлення виробу.

З ювелірного виробу безпосередньо можна прочитати таку додаткову інформацію про предмет: іменники, клейма, знаки, сюжет, надписи, стилістика форм і декору.

Якщо виріб не є підделкою, додаткова інформація може лише уточнити висновки, що сформульовані на підставі дослідження матеріалу і вивчення технології його обробки, але не відмінити їх. На вітчизняному ринку збільшилась кількість підделок ювелірних виробів, і це пов'язано з тим, що ціна за один грам дорогоцінного металу набагато вища, ніж у звичайних металевих сплавах. Будь-який виріб може стати дорожчим за допомогою зміни структурного складу з імітацією дорогоцінного металу, впаювання у ювелірний виріб іншого металу з більшою густиною, нанесення клейма відомої фірми або державного клейма. Для визначення справжності виробу проводять аналіз та експертну оцінку ознак справжності, яка дає змогу встановити оригінальність виробу [2, с. 122].

Для ювелірних виробів із дорогоцінних металів є важливими такі характеристики:

- справжність як властивість об'єкта;
- оцінка справжності є мірою справжності;
- автентичність – форма прояву справжності (оригінал або підробка);
- експертиза;
- схоронність – збереження первинного вигляду.

У теорії товарознавчої експертизи розрізняють такі види фальсифікацій ювелірних виробів: підробки та контрафакції [2].

До фальсифікацій, що називаються «підробками», відносять фальсифікацію ексклюзивних речей, створених у стилі та формі відомих предметів, брендів різних фірм та культур.

До основних методів фальсифікацій ювелірних виробів з дорогоцінних виробів відносять:

- аналогічне копіювання дизайну з наявністю експертного висновку чи сертифікату, який засвідчує невідповідність фактичним ознакам об'єкта оцінки;
- зміна клеймування та маркування під час застосування імітацій дорогоцінних металів та коштовного каміння;
- імітації виробів за рахунок впаювання деталей у будову виробів та вмісту інших компонентів у склад дорогоцінних сплавів;
- застосування різних методів покращення властивостей ювелірних виробів;
- підробка та впаювання справжніх клейм на фальсифіковані вироби;
- нанесення клейм відомих фірм або копіювання їх;
- доповнення конструкції виробу дорогими елементами від виробів невідомого походження;
- поєднання справжніх та фальсифікованих елементів;
- виготовлення сучасних копій тощо.

З метою збільшення прибутку підприємці здатні на багато нечесних методів здешевлення продукції за допомогою методів фальсифікації, тому основним її видом вважається підробка.

Підробка пропонується до реалізації на споживчому ринку зі зміненими або скопійованими властивостями інших виробів з метою отримання задоволення потреб підприємства. Підробленою може бути одна або декілька характеристик, що дозволяє виокремити такі види фальсифікації: видову, інформаційну, стилістичну та фальсифікація якості.

Однією із головних ідентифікаційних ознак є етикетка на ювелірному виробі. Її зміст повинен відповідати чинній документації згідно з ДСТУ 3527-97. Деякі додаткові реквізити наносяться за згодою замовника, такі як вага виробу в грамах, ціна за грам в гривнях та ін.

Згідно ГСТУ 75.1-00013480-004-2003 «Метали дорогоцінні та їх сплави. Правила оцінки якості ювелірних сплавів та виробів з них» якість продукції визначається як сукупність характеристик продукції, які стосуються її можливості задовольняти встановлені і передбачені потреби [4].

Якість ювелірних виробів характеризується оптимальним співвідношенням легуючих компонентів в дорогоцінних металах для забезпечення певної міцності, твердості, пластичності та інших характеристик, притаманних певним виробам. Такі показники, як досконалість виготовлення, проба, вид завершальної та декоративної обробки, вміст легуючих компонентів та домішок, формують надійність виробу під час експлуатації та гарантуються чинною документацією на ювелірні сплави та вироби, зменшуючи ризики проявлення алергічних реакцій на вироби та забезпечують безпечність користування ними.

Загальні вимоги до хімічного складу, якості, вмісту легуючих домішок сплавів на основі золота встановлюються відповідними нормативними документами.

Сплави благородних металів, що застосовуються для виготовлення ювелірних виробів, повинні відповідати експлуатаційним та технологічним вимогам, естетичним вподобанням та задовольняти потреби споживачів в подальшому використанні цими виробами. Корозійна стійкість ювелірних сплавів характеризується як стійкість поверхні ювелірних виробів до зовнішніх чинників за нормальних умов експлуатації. Також зносостійкість сплавів має бути відповідною для збереження поверхні виробів від механічних впливів під час експлуатації, забезпечуючи зменшення деформації під час впливу зовнішніх чинників.

Зносостійкість ювелірних сплавів характеризується твердістю сплаву та часом експлуатації виробів, що зберігають свої первинні характеристики. Механічна міцність ювелірних сплавів забезпечує цілісність, незмінність форми ювелірного виробу та відсутність деформації окремих частин та виробу в цілому під час експлуатації. Технологічні особливості усіх ювелірних виробів визначаються вимогами до технологічності сплавів на різних операціях.

Сьогодні на ринку можна спостерігати велику кількість фальсифікованої продукції, тому зважаючи на це, досліджують вироби з дорогоцінних металів за допомогою методу рентгенофлуоресцентного аналізу. У результаті досліджень дуже часто зустрічаються нестандартні сплави, тобто дорогоцінні сплави, компонентні елементи яких виходять за рамки структурного складу, що зазначений у нормативно-технічній документації.

Компоненти, які містяться у ювелірних сплавах на основі золота:

- цинку до 14,3 %;
- кадмію до 4,3 %;
- заліза до 1,5 %;
- нікелю (безнікелеві марки) до 6,8 %;
- індію до 1,0 %;
- галію до 0,4%.

Такі сплави і створюють проблеми під час випробувань виробів. Виникає питання, чи можливе використання нестандартних сплавів під час виготовлення ювелірних виробів[4].

В Україні встановлені такі проби для ювелірних та побутових виробів із дорогоцінних металів:

Платина: дві проби - 900 (дев'ятисота), 950 (дев'ятсот п'ятдесят).

– Золото: шість проб - 375 (триста сімдесят п'ята); 500 (п'ятисота); 585 (п'ятсот вісімдесят п'ята); 750 (сімсот п'ятдесят); 958 (дев'ятсот п'ятдесят восьма); 999 (дев'ятсот дев'яносто дев'ята).

– Срібло: п'ять проб - 800 (восьмисота); 830 (вісімсот тридцять); 875 (вісімсот сімдесят п'ята); 925 (дев'ятсот двадцять п'ята); 960 (дев'ятсот шістдесят).

Також для виробництва срібних ювелірних виробів використовують срібно-мідні сплави з такими пробами: 960, 925, 916 і 875. В ювелірній справі переважно застосовують сплав платини 950-ї проби. Також у ювелірній справі використовують сплави міді, латуні, мельхіору, нейзильберу [5].

Варто відзначити, що найпопулярнішими матеріалами для виробництва ювелірних виробів є 585-та проба золота та 925-та проба срібла. Дані проби поєднують у собі гарний естетичний вигляд та відповідну до якості ціну.

На вітчизняному ринку найбільшим попитом користуються прикраси із «червоного» золота, в той час коли в Європі найбільшою популярністю користується «біле» та «жовте» золото. Хоч на ринку і пропонується багато виробів з сплавів, погляди вітчизняних покупців залишаються консервативними і вони віддають перевагу покупці прикрас з «червоного золота» [3].

Внаслідок порушення технології виробництва ювелірних виробів, під час їх експлуатації цих виробів часто виникають дефекти. Розглянемо класифікацію за ступенем значущості дефектів та можливих варіантів суттєвих недоліків.

До дефектів сплавів, припоїв, оздоблення, клеймування виробу варто віднести:

- каверни, тріщини на виробі;
- видимі розриви на поверхні виробу;
- нестійке, неоднорідне покриття дорогоцінного металу, руйнування його поверхні;
- видимі включення сторонніх домішок, мармуровість поверхні;
- велика пористість сплаву й наявність різнокольорової плівки оксидів металу на зовнішній поверхні;
- роз'їдання поверхні виробу олов'яно-свинцевими припоями;
- видимі сліди ремонту, тріщини від клеймування;
- порушення стійкості виробу на поверхні;
- різний вміст дорогоцінного сплаву в окремих елементах виробу;
- токсичні домішки у дорогоцінному сплаві, матеріалі оздоблення.

До дефектів вставок відносяться:

- відколи та тріщини дорогоцінного каменю;
- використання методів облагороджування, які впливають на здоров'я людини й не зазначені в маркуванні;
- відсутність дорогоцінного каменю на певній ділянці ювелірного виробу;
- невідповідність маркуванню.

До дефектів закріпок належать:

- крихкість, тріщини на матеріалі закріпок, розриви;
- нещільне прилягання крапанів закріпки або відсутність закріпки.

Дефекти, які зустрічаються під час експертизи товарів, що перебували в експлуатації, можна поділити на три групи:

- видимі виробничі дефекти, що були на момент продажу;
- приховані виробничі дефекти, які проявилися під час експлуатації;
- експлуатаційні дефекти [1].

Виготовлення ювелірних виробів з ювелірних сплавів, що не відповідають показникам цінності за пробою, показникам надійності за міцністю та твердістю та показникам безпеки, є сьогодні недоцільним, внаслідок суттєвого міжнародного контролю та спрямовано на зниження іміджу виробника. Дані вироби, що мають істотні недоліки, такі як відсутність певних елементів, пошкодження на поверхні та суттєві ознаки невідповідності, не будуть купуватись споживачами, тому необхідний суворий контроль за якістю ювелірних виробів. Потрібні суттєві наукові дослідження, вдосконалення існуючих стандартів, які на даний час не забезпечують чітких критеріїв та показників оцінки безпеки та гігієни продукції, підвищення карної відповідальності недобросовісних виробників за випуск шкідливої продукції. На даному етапі розвитку існуючої законодавчої бази необхідно прийняти ряд гармонізованих та вдосконалених нормативно-правових актів у сфері державного нагляду за дотриманням вимог законодавства у сфері технічного регулювання, сертифікації, оцінки відповідності та захисту прав споживачів.

Список використаних джерел:

1. Артюх Т.М. Проблеми безпечності та якості виробів / Т.М. Артюх, І.В. Григоренко // Товари та ринки – Львів, 2008. – №1. – С.131-138.
2. Артюх Т.М.. Товарознавча експертиза ювелірних коштовностей. Теорія та практика: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 303 с.
3. Вартанян В.М. Дослідження розвитку українського ринку ювелірної продукції / В.М. Вартанян, В.М. Гавва, Д.О. Турко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 3. – С. 108-117.
4. Дудла І. О. Забезпечення суттєвих показників якості ювелірних виробів./ І.О. Дудла // «Товарознавчий вісник» – Чернівці, 2014. – №7 – С. 205-211.
5. Луців Н.В. Проблеми та основні тенденції розвитку вітчизняного ринку ювелірних виробів / Н.В. Луців // Товарознавство та інновації – Львів, 2012. – № 4 – С.79-89.
6. Назимок М.М., Шликов О.К, Артюх Т.М Пробірний контроль. Експертна оцінка ювелірних виробів з дорогоцінних металів / М.М. Назимок, О.К. Шликов, Т.М. Артюх. – К. : навч. посіб. КНТЕУ, 2008. – 207 с.
7. Плиний Секунд Старший. Естественная история ископаемых тел (с примечаниями и дополн. В.Северигина). – СПб., 1919. – 335 с.

**ЯКІСТЬ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ:
СТАН ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ**

У статті розглянуто питання якості та безпечності молока та молочної продукції. Проаналізовано праці вітчизняних науковців та основну нормативно-правову документацію. Досліджено структуру поголів'я ВРХ. Розглянуто основні компанії молочної промисловості.

Якість та безпечність молочної сировини завжди відігравала важливу роль та є запорукою виробництва високоякісної молочної продукції. Перевагами високоякісного сирого молока як сировини є мінімізація затрат на його очищення, пастеризацію або інші види термічної обробки, більш швидша технологічна переробка, що дозволяє одержати безпечний та конкурентоспроможний на ринку готовий харчовий молочний продукт. Вітчизняним товаровиробникам не завжди доводиться використовувати молочну сировину високої якості, тому вихід відповідної продукції на міжнародний, зокрема європейський ринок потребує вирішення концептуальних питань щодо забезпечення необхідного рівня якості і безпечності молока в сучасних умовах. Зазначене відображає нагальні потреби розвитку молочної промислової галузі в Україні та удосконалення її матеріально-технічної бази, з одного боку, з іншого боку – йдеться про необхідність забезпечення потреб сучасних споживачів у високоякісних та асортиментно різноманітних молочних продуктах, що в свою чергу визначає актуальність досліджуваної тематики.

Якість і безпека продуктів харчування, послуг в Україні реалізується за допомогою ефективної державної підтримки. Державна політика у сфері якості молочної продукції помітно активізувала діяльність вітчизняних підприємств та організацій відповідної галузі, сприяючи зростанню кількості виданих сертифікатів на системи управління якістю (СУЯ), що є важливим також з позицій співпраці з міжнародними органами в даних питаннях. Проблема підвищення якості молока як сировини, готової молочної продукції та її державного регулювання стала досить актуальною після вступу України до Світової організації торгівлі (СОТ), а також одержання нашою державою статусу асоційованого члена Європейського Союзу (ЄС), адже за таких умов суттєво підвищуються технічні й технологічні вимоги до відповідної продукції, зростає конкуренція на внутрішньому та на зовнішніх ринках.

Проблеми щодо розвитку якості й ефективності виробництва молока та молочної продукції були й залишаються актуальними на всіх етапах суспільного виробництва в цілому, зокрема це стосується України, що має особливі умови до розвитку молочної галузі. Питання, присвячені якості молока та молокопродукції розглянуто в працях багатьох вітчизняних науковців, зокрема Т. І. Балановської, Н. І. Драгнева, О. В. Бінерт, Т. Л. Шкабара, О. П. Осадчук, С. В. Дідур, О. О. Харіної та інших.

В працях Балановської Т.І. та Драгневої Н.І. висвітлюються проблеми державного регулювання якості молока та молочної продукції, розглядається у порівняльному аспекті вітчизняний та світовий досвід регулювання якості молочних товарів, визначаються пріоритетні шляхи покращення якості молока в Україні [7]. О. В. Бінерт відображає потреби у підвищенні якості молочної продукції на основі таких економічних критеріїв, як ціна та конкурентоспроможність, що дозволить одержувати максимальні прибутки товаровиробникам, одночасно визначати прийнятні ціни для покупців тощо [8]. Т. Л. Шкабара розглядає чинники, що зумовлюють зниження якості молочної продукції на сучасному вітчизняному ринку: технічні, технологічні, організаційно-правові, акцентується увага на фізіологічному обґрунтуванні якості молока та молочної продукції [16]. О. П. Осадчук досліджує сучасний стан молочної сировини, що приймається на промислову переробку вітчизняними підприємствами та порівнює законодавчо встановлені норми до якості молочної сировини українського законодавства з європейськими вимогами [13].

Разом з тим в сучасних умовах розвитку економіки, багатогранності та складності проблем у молочній галузі промисловості України, окремі питання щодо ринкового забезпечення регламентованого рівня якості та безпечності молочної сировини та відповідної готової продукції залишаються недостатньо дослідженими. Тому постає потреба у вирішенні проблеми забезпечення високого рівня якості та безпечності вітчизняної молочної продукції як важливої конкурентної переваги на ринку з позицій наукових обґрунтувань та заключень.

Метою нашої роботи є дослідження стану вітчизняного ринку молока та молочної продукції та виявлення нагальних проблем, що стосуються питань забезпечення якості / безпечності відповідної сировини в сучасних умовах.

Серед продовольчих товарів першої соціальної необхідності важливе місце належить молочним продуктам. Основними вимогами на сучасному етапі є забезпечення високого рівня якості та безпечності для здоров'я та життя людини. Головним чинником формування регламентованого рівня безпечності молочної продукції є якість сирого молока. Якість молока як сировини залежить від багатьох факторів, таких як рівень бактеріального обсіменіння, механічної забрудненості, ступінь чистоти тощо [13]. В нашій країні на сьогоднішній час існує багато проблем, які створюють реальні перешкоди на цьому шляху, зокрема йдеться про застаріле технічне й технологічне обладнання, недосконалі методи контролю за якістю і безпечністю молочної сировини при її прийманні від домогосподарств населення, відсутність належних можливостей реалізації інноваційних проектів на рівні окремих підприємств молочної промислової галузі тощо.

Членство нашої держави в СОТ зумовило необхідність гармонізації вітчизняного законодавства з вимогами європейських директив, тому першочергову увагу слід приділити запозиченню іноземного досвіду та його практичного втілення у вітчизняну систему технічного регулювання – стандартизації, сертифікації, управління якістю. Центральним органом в сфері державного регулювання якості молока і молочної продукції повинні стати інспекції якості нового формату, які на різних рівнях здійснюватимуть висококваліфікований контроль

якості. Одночасно необхідно використовувати наявні ресурси аграрних підприємств в системі управління якістю сільськогосподарської продукції. За таких умов проблеми, пов'язані з глобалізацією, становитимуть не лише загрози та ризики для вітчизняної економіки, а й створюють сприятливі можливості для нових перспектив на ринку молока [7].

Важливим у контексті до зазначеного є прийняття Закону України «Про молоко та молочні продукти» [4], який визначає правові та організаційні основи забезпечення безпечності та якості молока і молочних продуктів для життя та здоров'я населення і довілля під час їх виробництва, транспортування, переробки, зберігання і реалізації, ввезення на митну територію та вивезення з митної території України. Так, згідно статті 10 закону України «Про молоко та молочну продукцію» контроль за безпечністю та якістю молока, молочної сировини і молочних продуктів здійснюється суб'єктами господарювання такими шляхами:

- дотримання умов виробництва, зберігання та реалізації молока, молочної сировини і молочних продуктів відповідно до нормативно-правових актів;
- створення та діяльності лабораторій, обладнаних сучасними приладами й відповідними реактивами для визначення показників безпечності та якості молока, молочної сировини та готових молочних продуктів.

Нами проаналізовані основні законодавчі та нормативно-правові документи, зокрема декрет Кабінету Міністрів України «Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення», закон України «Про забезпечення санітарного епідемічного благополуччя населення», закон України «Про стандартизацію», закон України «Про молоко і молочну продукцію», закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів» [1-5], які регулюють правові та організаційно-технічні відносини у сфері забезпечення якості та безпечності молочної продукції, відображають вимоги до вітчизняних товаровиробників та їх ринкову відповідальність, регулюють декларативні правила щодо гарантування відповідності молочної продукції для здоров'я і життя людини, як на сьогодні, так і на віддалену перспективу, зокрема йдеться про обов'язковість підтверджуючих документів – сертифікатів відповідності, сертифікатів якості, карантинних дозволів, гігієнічних сертифікатів тощо як для товаровиробників, так і для торговельних установ, що відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Атрибути документального підтвердження якості та безпечності молочної продукції в Україні

№ з/п	Назва документу	Характеристика показників/ вимог
1.	Декларація про відповідність	Документально оформлена в установленому порядку заява виробника, де дається гарантія відповідності продукції вимогам, встановленим законодавством
2.	Сертифікат відповідності	Документ, що виданий для підтвердження того, що продукція, система якості, система управління якістю, система управління довіллям, персонал відповідає встановленим вимогам конкретного стандарту чи іншого нормативного документу, визначеного чинним законодавством
3.	Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (гігієнічний сертифікат)	Офіційний документ, який засвідчує, що продукція відповідає санітарно-гігієнічним вимогам, нормам і правилам і є дозволом на виробництво і використання продукції в Україні
4.	Сертифікат якості	Термін використовують замість сертифікату відповідності, однак згідно з українським законодавством існує також і власне сертифікат якості
5.	Карантинний дозвіл	Офіційний документ, що дозволяє імпорт або транзит об'єктів регулювання відповідно до визначених норм

Першоосною аграрного процесу виробництва молока є забезпеченість поголів'ям великої рогатої худоби (ВРХ). Зараз спостерігається тенденція до зменшення обсягів виробництва молочної продукції, причиною такого явища є, насамперед зменшення кількості поголів'я, що в свою чергу спричинено складністю їх утримання. Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняного молокопереробного підприємства є якість і доступність сировини. При цьому рівень конкурентоспроможності переробних підприємств прямо пропорційно залежить від якості сировини, а також обсягів виробництва та асортименту молочної продукції [15].

Доцільно проаналізувати регіональну структуру поголів'я в Україні на основі статистичних даних (станом на 1 серпня 2014 року) [6]. На запропонованій нами схемі (рис. 1) відображена структура поголів'я України. За наведеними даними слід відзначити, що найбільша кількість поголів'я припадає на Львівську, Хмельницьку і Полтавську області та становить 6% від загальної чисельності поголів'я. По 5% зареєстровано в Чернігівській, Житомирській, Волинській, Івано-Франківській і Рівненській областях. Найменша частка належить Рівненській та Закарпатській областям та становить 4%.

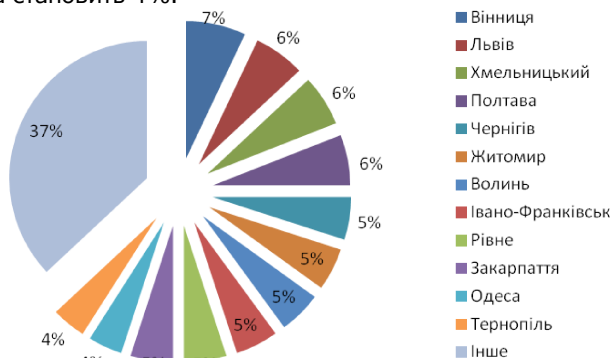


Рис 1. Структура поголів'я ВРХ в Україні станом на 1 серпня 2014 року, %

Не зважаючи на скорочення чисельності поголів'я корів, кількісні показники надоїв молока характеризуються позитивною динамікою, починаючи з 2010 року спостерігається постійне покращення показників продуктивності. Так, якщо у 2010 році продуктивність корови складала 3975 кг молока на рік, то в 2013 році – на 21% більше, тобто 4827 кг на рік.

Щодо тенденцій розвитку молочної галузі України слід відзначити такий факт: 2013 рік видався успішним для українських підприємств молочно переробної галузі. Загальний об'єм виробництва молока і молочної продукції. виріс на 1,1% (табл.2).

Таблиця 2

Динаміка виробництва молочної продукції в Україні в 2010-2014 рр., тис. тон [6]

	2010	2011	2012	2013	7 міс. 2014*
Молоко оброблене	801,36	890,83	909,27	909,49	593,31
Темп приросту, %		11,2%	2,1%	0,0%	12,7%
Молоко і вершки рідкі з жирністю більше 6%	19,77	31,37	36,25	36,11	29,93
Темп приросту, %		58,7%	15,5%	-0,4%	59,4%
Молоко і вершки сухі	68,85	53,59	62,77	63,10	45,75
Темп приросту, %		-22,2%	17,1%	0,5%	11,2%
ВСЬОГО	2041,60	2076,48	2140,37	2163,94	1302,08
Темп приросту, %		1,7%	3,1%	1,1%	5,1%

Аналізуючи дані таблиці 1 слід зробити висновок, що темпи приросту молока обробленого, молока і вершків рідких з жирністю більше 6% та молоко і вершків сухих у звітному році значно більші, ніж в попередньому році, що відображає окремі позитивні процеси. Разом з тим, розробляються такі прогнози на 2015 рік стосовно молочного сектору України: «Виробництво сировинного молока в Україні в цьому році скоротиться на 6,5-7% і становитиме близько 10,4-10,5 млн. т. Внаслідок даного скорочення восени переробні підприємства відчують дефіцит сировини. Це призведе до зростання закупівельних цін на молоко, проте вони будуть знаходитись під тиском обмеженої купівельної спроможності та низьких цін на молоко у світі. Ситуація в молочному секторі досить складна. Основна проблема: скорочення попиту на продукцію на внутрішньому ринку, подорожання ресурсів, девальвація гривні та обмежені обсяги експорту продукції. Внаслідок зменшення закупівельної спроможності українці на 6% скоротили вживання молочної продукції». Торгові мережі зазначають, що загальні обсяги продажу молочної продукції в цьому році практично не змінилися, але відбулась чітка переорієнтація в сторону товарів дешевшого цінового сегменту [10]. На даний момент ціни на молочну продукцію зросли на 14,8% в порівнянні з минулим роком, також прогнозується подальше зростання цін (до 21,4%) [11].

На сьогодні ринок молока та молочної продукції України контролюють близько 10 великих компаній, що мають значні виробничі потужності. Лідером вітчизняного ринку молочних продуктів є компанія «Молочний Альянс» (ТМ «Славія», «Пирятин», «Златокрай», «Яготинське», «Яготинське для дітей» і «Здорово!»). Так, у 2013 році на її підприємствах було виготовлено 188,5 тис. тон продукції, що складає 9 % від загального обсягу виробництва на відповідному ринку. На другому місці знаходиться «Терра Фуд» (ТМ «Тулчинка», «Ферма», «Біла Лінія», «Premiale» та інші) з загальним обсягом виробництва молочної продукції 183,5 тис. тонн, що становить 8% від загального обсягу виробництва в Україні. На третьому місці серед лідерів розташувалась компанія «Данон Україна» (ТМ «Активія», «Актімель», «Актуаль», «Даніссімо», «Живинка», «Простоквашино», «Растишка» та ін.). За підсумках 2013 року на її заводах було виготовлено 128,5 тис. тонн молока і молочних продуктів, тобто 6% від загального показника по Україні. Четверте місце розділяють 3 компанії з частками по 5% від загального обсягу виробництва: «Люстдорф» (ТМ «На Здоров'є», «Бур'єнка», «Селянське», «Весела Бур'єнка», «Тотоша» та ін.), яка в 2013 році виготовила 112,6 тис. тонн молока і молочних продуктів), «Альміра» (ТМ «Гадячсир») – 108 тис. тонн і «Галичина» (ТМ «Галичина», «Молочар», «Мої корівки» та ін.) - 97,8 тис. тонн. «Житомирський маслозавод» (ТМ «Рудь») виготовив практично 95 тис. тонн молочної продукції (4% від загального обсягу по Україні), а «Вімм-Білл-Данн» (ТМ «Чудо», «Веселий Молочник», «Домик в деревне» та ін.) – 76,7 тис. тонн (або 3,5%). Закривають рейтинг компанії «Милкиленд» (ТМ «Добрня», «Коляда», «Milkiland», «Latter» та ін.) і «Бершадьмолоко» (Корпорация Roshen) [13].

Дані щодо обсягів виробництва молочної продукції вітчизняних компаній-лідерів наведені на рис. 2.

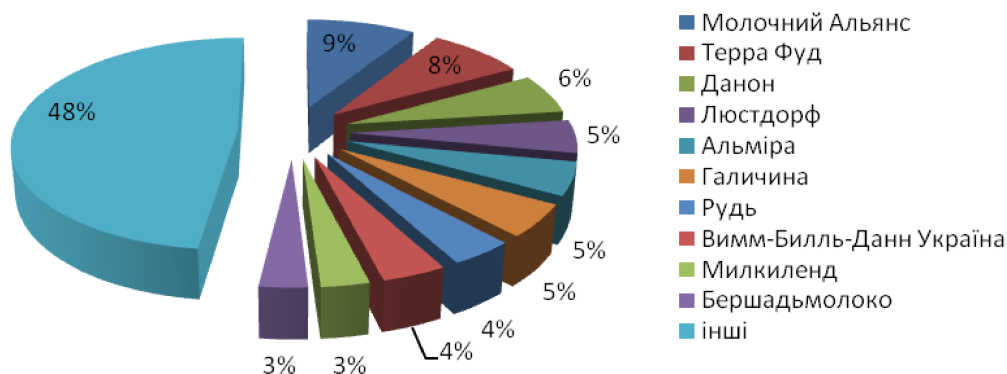


Рис. 2. Виробництво молочної продукції в Україні за компаніями-лідерами, %

Особливістю розвитку вітчизняного молочного ринку є формування експортно-імпортних відносин. Так, з 2012 року, коли Росія закрила свій ринок для українських товаровиробників, структура поставок суттєво

змінилась. Це спричинило те, що поставки сирів зменшились на 17,5%, в 2013 році – ще на 12%, а у 2014 році – на 60%. Така ситуація призвела до розвитку українськими підприємствами інших можливостей експорту такої молочної продукції, як згущене молоко та масло вершкове [6].

Виробництво молока комерційно можливо зробити прибутковим конкурентоспроможним видом агробізнесу, однак цей процес є тривалим і потребує значних інвестиційних вкладень, передусім у реконструкцію технічних приміщень ферм та якісне покращення породного складу молочного стада, а також модернізацію й оновлення доїльних систем і технологічного обладнання для оптимізованої відгодівлі тварин. Існуючі проблеми в секторі приватних домогосподарств населення зумовлені також низькою якістю молочної сировини, що впливає на її закупівельну ціну [12].

Причинами низької якості молока як сировини в Україні є такі:

1. неналежні умови вирощування та утримання молочного стада;
2. недотримання товаровиробниками належних санітарно-гігієнічних умов при доїнні, зберіганні, транспортуванні молочної сировини;
3. відсутність механізованого доїння на рівні домогосподарств тощо.
4. невчасне охолодження молока тощо.

Для вирішення вищезазначених проблеми щодо перспектив виробництва якісної та безпечної молочної продукції на рівні вітчизняних молокопереробних підприємств необхідно провести такі дії:

- створити власну сировинну зону, що дозволить підприємствам здійснювати повноцінний контроль за процесом виробництва сирого молока та його якістю;
- укладати довгострокові договори з великими фермерськими господарствами на постачання молочної сировини. За допомогою такого рішення виробничі потреби підприємства в сировині будуть максимально задоволені, але якість сировини контролюватиметься лише в межах визначених договором;
- купувати молочне стадо з метою надання його в лізинг. Таким способом підприємство забезпечить себе необхідною кількістю сировини, але якість її залежатиме та контролюватиметься безпосередньо лізингоотримувачем. Та навіть за таких умов, якість сирого молока буде значною вищою від якості сировини, що заготовлена стихійно.

Таким чином, на основі проведеного дослідження щодо формування якості молока та молочної продукції необхідно відзначити складність усіх процесів, що його забезпечують на організаційно-правовому, технічному, технологічному рівні, практичним відображенням зазначеного є стан та динаміка розвитку вітчизняного ринку молочної продукції за показниками структури поголів'я ВРХ, темпів приросту основних груп молочних товарів, діяльності переробних підприємств галузі, подальших перспектив «молочного» агробізнесу.

Список використаних джерел:

1. Декрет Кабінету Міністрів України «Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення» від 8 квітня 1993 р. № 30-93 // *Голос України*. – 1993. – 9 с.
2. Закон України «Про забезпечення санітарного епідемічного благополуччя населення» від 24.02.1994 р. № 4004-XII // *Відомості Верховної Ради України*. – 1994. – № 27.
3. Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001 р. № 2408-III // *Офіційний вісник України*. – 2001. – № 24. – С. 15-24.
4. Закон України «Про молоко і молочну продукцію» від 24.06. 2004 р. № 1870-IV // *Офіційний вісник України*. – 2015.
5. Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів» від 05.02.1998 р. № 771/97-ВР // *Офіційний вісник України*. – 1998. – № 3.
6. Державна служба статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Балановська Т. І. Державне регулювання якості молока та молочної продукції / Т. І. Балановська, Н. І. Драгнева // *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. – 2012. – № 4 (46). – С. 173-179.
8. Бінерт О. В. Якість молочної продукції як конкурентна перевага на ринку / О. В. Бінерт // *Інноваційна економіка*. – 2013. – № 1. – С. 205-207.
9. Дідур С. В. Молочна галузь України: тенденції та перспективи розвитку / С. В. Дідур, Д. Б. Лозовик // *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. – 2012. – № 3 (74) – С.148-151.
10. Жарко А. Ринок молочної продукції очима експерта / А. Жарко // *Продукти та інгредієнти*. – 2015. – №7 (126). – С. 26-27.
11. Керанчук Т. Л. Сучасні проблеми розвитку молочного бізнесу в Україні / Т. Л. Керанчук // *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. – 2015. – № 4. – С. 408-413.
12. Кернасюк Ю. В. Молочний сектор: реалії і перспективи / Ю. В. Кернасюк // *Агробізнес сьогодні*. – 2015. – №6 (301). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrobusiness.com.ua/ekonomichnyigektar/2805-molochnyi-sektor-realii-i-perspektyvy.html>
13. Осадчук О. П. Стан та проблеми якості молочної сировини в Київській області / О. П. Осадчук // *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. – 2012. – № 2 (60). – С. 248-254.
14. Стецюк Я. Ю. Розвиток молочної галузі України / Я. Ю. Стецюк // *Ефективна економіка*. – 2015. – № 6. – С. 148-151.
15. Харіна О. О. Стан виробництва й переробки молока та молочних продуктів у сучасних умовах / О. О. Харіна // *Економіка АПК*. – 2013. – № 9 (74). – С. 119-123.

Лілія Яцун, 5 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф,
Наук. кер. – Бозуленко О.Я.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

СИРОВИНА ЯК ОСНОВА БЕЗПЕЧНОСТІ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ТА ВИРОБІВ З НИХ

Стаття присвячена вивченню сировини, що використовується для виготовлення текстильних матеріалів та виробів з них. Особлива увага приділяється безпечності сировини, що застосовується у виробництві.

Проблема безпечності товарів стає дедалі актуальнішою не лише на теренах України, а й у всьому світі. Не є виключенням і безпечність текстильних матеріалів та виробів з них. Текстиль оточує нас усюди і завжди: ми його носимо, використовуємо в оздобленні, декорі тощо. На сучасному етапі людство просто не може існувати без використання цих матеріалів.

Неодноразово нашу увагу до даної проблеми привертали засоби масової інформації. Численна кількість науковців присвятили свою наукову діяльність саме вивченню безпечності тих чи інших товарів. Зокрема, такі науковці як Семак Б.Б., Галик І.С., Проданчук М.Г., Кравчук О.П. досліджували саме безпечність текстильних матеріалів та виробів з них.

Текстиль (від лат. *textere* — «плетсти») або текстильні матеріали – м'який матеріал, що являє собою щільну мережу природних або штучних волокон (ниток або пряжі) [1]. Основою якості та безпечності будь-якої продукції завжди є три ключових фактори: по-перше – сировина, з якої її виготовляють; по-друге – технологія виготовлення даної продукції; і по-третє – забезпеченість відповідної сфери виробництва та торгівлі необхідною нормативно-технічною документацією, яка б дозволяла контролювати відповідність сировини, матеріалів та готової продукції вимогам показників якості та безпечності.

Щодо сировини, то виділяють декілька груп чинників, які впливають на її рівень якості та безпечності. Зокрема, у одній із своїх праць Семак Б.Б. виділяє такі фактори як технічні, економічні та організаційні. Основними технічними чинниками автор називає хімічний склад, особливості будови, спосіб оброблення та властивості текстильних волокон, ниток і пряжі, особливості технології їх виробництва та переробки; клас і марку синтетичних барвників, вид рослинних барвників, їх хімічну будову та властивості, технологію виробництва та застосування; а також, досконалість нормативної документації. До економічних чинників формування якості та екологічної безпечності текстильної сировини, на думку науковця, слід віднести: ціни на основні види природних і хімічних волокон, ниток і різних видів пряжі; марки синтетичних і види рослинних барвників, а також різноманітних за призначенням апретів і текстильно-допоміжних сполук тощо. Серед організаційних чинників, які впливають на формування якості та екологічної безпечності текстильної сировини, автор зазначає такі: ритмічність виробництва окремих груп цієї сировини; вибір форм та методів контролю якості та екологічності текстильної сировини; вибір раціональних форм та засобів транспортування, зберігання та використання основних видів текстильної сировини тощо [2].

Існує думка, що натуральна сировина є екологічно чистою та найбезпечнішою серед усіх можливих. Проте, це не завжди так, оскільки можливий великий ризик забруднення рослинної і тваринної сировини, що використовується, саме під час її вирощування. Так, для рослинних волокон (бавовняних, лляних та ін.) найбільш небезпечним виявилось забруднення пестицидами. Підраховано, що на кожний гектар посівної площі при вирощуванні бавовнику вноситься до 9 кг пестицидів, гербіцидів і фунгіцидів на рік. Окрім цього, під час його вегетації проводиться до 30-ти обприскувань різними видами хімікатів. Так само пестициди та нітрати потрапляють і забруднюють вовняні волокна. Це відбувається при використанні забруднених кормів для годівлі овець та кіз, або через неналежні умови їх утримання, а також при застосуванні для промивання вовни деяких видів токсичних мийних засобів [3, с.46]. Всі ці фактори повинні враховуватись і контролюватись при вхідному контролі сировини на підприємствах виробництва. Необхідно розробляти нормативні документи, які б визначали рівень допустимих забруднень вхідної сировини.

Все ж таки для підвищення безпечності текстильних матеріалів та виробів з них, необхідно надавати перевагу використанню рослинних барвників у виробництві. За своїм хімічним складом рослинні барвники значно відрізняються від синтетичних і мають ряд переваг, а саме: екологічна безпечність рослинних барвників над синтетичними; можливість отримання рослинних барвників із власної сировини; можливість створювати окремі види необхідних рослин із підвищеним вмістом забарвлюючих речовин за допомогою методів селекції; це відновлюваний ресурс; можливість суттєвого розширення колірної гамми забарвлень; рослинні барвники є значно світлостійкішими, що дозволяє використовувати їх для виробництва товарів довготривалого використання.

Разом з тим, існує і ряд недоліків: фарбувальна здатність рослинних барвників значно менша, ніж у синтетичних (в 10-15 разів); рослини-барвники характеризуються нестабільністю та складністю хімічної будови, а відповідно і нерівномірністю колористичних характеристик, що не дозволяє стандартизувати вимоги до стійкості забарвлень, отриманих на їх основі; більшість рослинних барвників за своєю будовою та властивостями відноситься до класу кислотнотравних і фарбування ними вимагає використання різноманітних протравлювачів, включаючи солі важких металів ($K_2Cr_2O_7$, $CuSO_4$, $FeSO_4$ та інших), що веде до певного зниження екологічної безпечності пофарбованих ними текстильних матеріалів і виробів (особливо дитячого асортименту); деякі рослинні барвники є малопридатними для фарбування матеріалів із синтетичних волокон (окрім поліамідних); недостатня відтворюваність кольору пофарбувань, отриманих на текстильних матеріалах рослинними барвниками, і неможливість їх нормування обумовили доцільність використання рослинних барвників тільки в малотоннажному текстильному виробництві, художніх промислах і майстернях художників-текстильників [4, с.113-114].

Таким чином, ряд переваг рослинних барвників є вагоміший за ряд недоліків, оскільки на першому місці знаходиться екологічна безпека, адже від неї залежить здоров'я людини.

Економічно розвинуті країни приділяють велику увагу питанню безпечності сировини, що застосовується при виробництві текстильних матеріалів. Для цього створюються спеціальні науково-виробничі установи й організації, які працюють над проблемами формування асортименту, рівня екологічної безпечності та ринку екотекстилю, серед яких:

1. Глобальний органічний текстильний стандарт (Global Organic Textile Standard (GOTS)) – міжнародна робоча група, фахівці якої займаються культивуванням органічних рослинних волокон (бавовни, льону тощо) і гармонізацією нормативних документів різних країн та створенням єдиних стандартів у сфері виробництва й оцінки якості екотекстилю.

2. Міжнародна Федерація руху за органічне аграрне виробництво (International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)) займається проблемами виробництва екологічно чистої сировини та продуктів,

їх реалізації і формування окремих сегментів екоринку. Саме ця організація відіграє ключову роль на міжнародному ринку екотекстилю у сфері координації вирощування сировини для виробництва цієї продукції в різних країнах світу.

3. Біржа органічних продуктів (Organic Exchange) – світова благочинна організація, яка сприяє розширенню виробництва органічної рослинної текстильної сировини (волокон, барвників) та її реалізації [3, с.44].

Отже, використання безпечної сировини – це основа до екологізації текстильної промисловості. Тому на даному етапі перед підприємствами текстильної промисловості України стоїть дуже не легке завдання, яке полягає у пошуку економічно доцільних, екологічно безпечних та відновлюваних джерел сировини. А перед органами державної влади – забезпечення цієї галузі промисловості та торгівлі нормативно-технічною документацією належного рівня та контроль за її дотриманням.

Список використаних джерел:

1. Текстиль. Вікіпедія – вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8C>.
2. Семак Б.Б./ Менеджмент якості та екологічної безпеки текстильної сировини / Б.Б. Семак // БізнесІнформ. – 2014. – № 2. – С.356-360.
3. Семак Б. / Екологізація ринку текстилю: інформаційна складова / Б. Семак // Товари і ринки. – 2010. – № 2. – С.43-47.
4. Семак З.М. / Стан і перспективи використання рослинних барвників у текстильній промисловості / З.М. Семак, І.С. Галик, Б.Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 5. – С. 113-120.

Лілія Яцун, 5 курс, спец. «Товарознавство і комерційна діяльність», д/ф.,
Наук. кер. – Гончарова О.М.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ЯК ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ

Стаття присвячена вивченню питання фальсифікації лікарських засобів як проблеми сьогодення в Україні та світі. Наведені основні види фальсифікації, а також шляхи боротьби з нею.

Проблема фальсифікації лікарських засобів та їх обіг на теренах України та у світі загалом не лише залишається актуальною, а й набуває все більшого значення. Кількість відомих хвороб із кожним роком зростає, а поряд з ними, і необхідність у ефективному лікуванні хворих, що не можливе без застосування лікарських засобів. Тому цю проблему не можна залишати без належної уваги, адже лікарські засоби є товарами широкого вжитку і мають високий та постійний попит.

Засоби масової інформації неодноразово привертати увагу суспільства до існування фальсифікації лікарських засобів як на території України, так і за її межами. Зокрема, зазначена проблема стала предметом наукових праць Раковської Ю.В., Коваленко І., Дубініної А.А., Овчиннікової І.Ф. та інших.

Фальсифікація (від лат. falsifico – підробляю) – це дії, які спрямовані на обдурювання отримувача і (або) споживача шляхом підробки об'єкта куплі-продажу з корисливою метою [1, с.19].

Діяльність фармацевтичного сектора регулюється спеціальним законом України «Про лікарські засоби», який забезпечує населення ефективними та якісними препаратами, а також своєчасно надає необхідну інформацію про них. Відповідно до ст. 2 цього закону «фальсифікований лікарський засіб – це лікарський засіб, який умисно промаркований неідентично (невідповідно) відомостям (одній або декільком з них) про лікарський засіб з відповідною назвою, що внесені до Державного реєстру лікарських засобів України, а так само лікарський засіб, умисно підроблений у інший спосіб, і не відповідає відомостям (одній або декільком з них), у тому числі складу, про лікарський засіб з відповідною назвою, що внесені до Державного реєстру лікарських засобів України (п. 1 ст. 2 доповнено абзацом згідно із Законом від 08.09.2011 р. № 3718-VI (№ 3718-17)» [2].

Необхідно звернути увагу на те, що фальсифікація лікарських засобів – це не лише отримання незаконного прибутку правопорушниками, а й піддання небезпеці здоров'я людей, що купляючи дану продукцію, не отримують належного лікування, а навпаки, завдають ще більшої шкоди здоров'ю і, в тому числі, ускладнюють хворобу.

Згідно звіту Інституту по боротьбі з контрафактними медикаментами, світовий ринок «фальшивок» зріс із 26 млрд. євро у 2005 році до 55 млрд. євро у 2010 р. і складав 10% від легального, а в даний час ці показники є ще вищими. Слід зазначити, що при цьому близько 700 тис. осіб на рік помирає від фальшивих ліків, а ще більша кількість пацієнтів страждає від побічних реакцій [3].

Виокремлюють такі типи підробок лікарських препаратів:

- препарати, в яких відсутні всі інгредієнти зареєстрованого, так звані «плацебо» (муляжі), які взагалі не містять діючих речовин. Виробляються вони найпростішим способом: замість активного діючої речовини береться абсолютно нейтральний компонент – тальк, вапно, сода, крейда, а також натуральні барвники (бурак, морква і т.д.), компоненти розмішують до досягнення збігу з колірною гамою оригінального препарату. Такі медикаменти досить рідкісні і розраховані на покупця, що зовсім не орієнтується на ринку. Цим способом підробляються таблетки, а також мазі та гелі.

- препарати, що містять інгредієнти, про які нічого не сказано на упаковці. Це препарати-імітатори. У них діюча речовина замінюється на більш дешеву і менш ефективну. Найчастіше упаковку дешевого препарату замінюють на упаковку більш дорогого. Наприклад, на флакон з звичайним фізіологічним розчином наклеюється етикетка від серйозного знеболюючого або онкологічного препарату. Ця група підробок найбільш небезпечна через абсолютно відмінного від очікуваного терапевтичного ефекту.

- ліки, що містять інгредієнти, походження яких відрізняється від зазначеного на упаковці. Вони містять ту ж діючу речовину, тільки в більших або менших кількостях. При перевірці начинка ліків буде повністю відповідати вказаній, і все ж препарат буде підробкою.

• препарати-копії – це найбільш поширена і найбільш якісна група підробок, в яких міститься та ж діюча речовина і в тих же кількостях [4, с.152].

Останні два варіанти підробок характерні для легальних фармацевтичних виробництв, від невеликих до великих. У світовій практиці, за різними оцінками, цим займається 6-8% фармацевтичних компаній. Найчастіше відрізнити таку підробку від оригіналу можна тільки в спеціалізованій хімічній лабораторії.

До джерел надходження фальсифікованих лікарських засобів можна віднести:

- контрабандне постачання з-за кордону;
- підпільне виробництво неякісних ліків на незареєстрованих підприємствах із застосуванням неналежних технологій та умов виробництва із використання неякісної сировини;
- заміна препаратів відомих марок неякісним (фальсифікованим) товаром;
- перепакування протермінованих лікарських засобів з метою подальшої реалізації.

Яскравим прикладом підпільного виробництва та реалізації лікарських препаратів є ситуація, що склалася у 2012 році на Львівщині. Зокрема, викрито керівників і засновників приватних підприємств, які виготовляли та реалізовували фальсифіковані лікарські препарати. Правоохоронцями було вилучено більше 2 тонн фальсифікованих препаратів, а саме, Уролесан®, Но-Шпа®, Фезам®, Анаферон, Темпалгін®, Фармацитрон, Колдфлю, Фестал®, Афлубін, Ессенціале®, Амізон®, Бісептол®, Лінекс®, Супрастин®, Гепарин, Мілдронат, Енап®, Сіган. За фактом виявлення фальсифікованих медикаментів було порушено кримінальну справу за ст.321 КК України. Різні частини цієї статті передбачають покарання у вигляді позбавлення волі до 5 років, від 5 до 8 років або навіть довічне ув'язнення [5, с.8-10].

Згідно з даними Організації економічної співдружності та розвитку, у Індії фальсифікованих препаратів виробляється – 75%; в Єгипті – 7%; у Китаї – 6% від загальної кількості фальсифікату [6, с.265].

Існування даної проблеми є плодом безкарності на території України. Злочинна діяльність правопорушників не викривається, вони не несуть відповідальності за порушення закону нашої держави. Це у свою чергу пов'язано із недоліками законодавчої бази, корупції, недотриманням чинного законодавства представниками внутрішніх органів України, які часто-густо лобіюють інтереси злочинців, а не держави чи співгромадян.

Також процвітанню фальсифікації лікарських засобів сприяє співпраця аптечних мереж, адже вони забезпечують ринок збуту даної продукції. Кількість аптек невинно зростає, зокрема, за останні 5 років їх кількість збільшилась на 23%. Станом на грудень 2014 року роздрібну реалізацію ліків здійснювали 16300 аптек і більше 5 тисяч аптечних пунктів [7].

Проте, здобувач кафедри кримінального права Національного університету «Одеська юридична академія» Коваленко І., у одній із своїх праць, наводить шляхи вирішення даної проблеми. До прикладу, 31 серпня 2013 року Європейська комісія на своєму офіційному сайті повідомила про позитивні результати впровадження в 4 країнах (Бельгії, Франції, Італії та Великобританії) нової технології боротьби з фальсифікацією лікарських засобів – Системи підповерхневого швидкого внутрішнього гравірування і зчитування для застосування в цілях протидії фальсифікації (Sub-surface fast internal engraving and reading system for anticounterfeiting applications – SFERA). Ця технологія може застосовуватися для лікарських засобів, що розфасовуються у скляну тару, що, як відомо, найчастіше піддається фальсифікації. Нанесене даною системою гравірування майже неможливо підробити, а також воно практично невидиме і не пошкоджує тару. Згідно з повідомленням Єврокомісії, SFERA згодом має стати глобальним стандартом забезпечення безпеки лікарської продукції у країнах ЄС [6].

Зрозуміло, що запровадження такої системи в Україні поки що лише можлива перспектива, але на сучасному етапі необхідно боротися з корупцією, ретельно проводити митний контроль, готувати якісні кадри для забезпечення виявлення фальсифікованої продукції.

Органи державної влади в Україні також мають на меті введення новацій, а саме запровадження такого механізму протидії фальсифікату як система стеження. Так, планується відстежувати кожну окрему упаковку від моменту виготовлення до моменту надходження до споживача. Ця система уже успішно функціонує в Туреччині і планується її запровадження у країнах ЄС. Зміст такої новації полягає у тому, що кожній упаковці ліків присвоюється свій номер, який вноситься до державної бази даних, а при продажу ліків сканується і після чого заноситься в базу даних як проданий товар. Запровадження системи стеження в Україні Міністерством охорони здоров'я планується з 2017 року [4].

Отже, з плином часу обсяги фальсифікованої продукції на ринку збільшуються. Це призводить до значних економічних та демографічних втрат і негативно відображається на стані економіки держави в цілому. Ця проблема вимагає більшої уваги з боку державних органів влади. Позитивні зміни відбудуться лише за умови розв'язання таких питань як корупція, безкарність, незаконна діяльність, недоліки законодавчої бази тощо.

Список використаних джерел:

1. Методи визначення фальсифікації товарів: підручник. [Дубініна А.А., Овчиннікова І.Ф., Дубініна С.О. та ін.]. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. – 272 с.
2. Закон України «Про лікарські засоби». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>.
3. 700000 человек в год умирают от фальшивых лекарств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svit24.net/zdorovie/88548-700000-chelovek-v-god-umirajut-ot-falshyv-lekarstv>
4. Раковська Ю.В., Фальсифікат лікарських засобів як найприбутковіший вид транснаціональної злочинної діяльності. / Ю.В. Раковська // Митна справа. – 2014. – № 1. – Ч.2, книга 1. – 148-154 с.
5. Дедишина Л., Відповідальність за фальсифікацію ліків є суворого. / Л.Дедишина // Фармацевтик-практик. – 2012. – №12. – 8-10 с.
6. Коваленко І., Кримінальна відповідальність за фальсифікацію лікарських засобів – важливий крок адаптації фармацевтичної галузі до норм Європейського Союзу. / І. Коваленко // Юридичний вісник. – 2014. – № 1. – 262-266 с.
7. За 5 років кількість аптек в Україні зросла на 23%. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zaxid.net/news/showNews.do?za_5_rokiv_kilkist_aptek_zbilshilas_na_23&objectId=1334009

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НЕДОБРОСОВІСНУ КОНКУРЕНЦІЮ

В статті досліджуються питання недобросовісної конкуренції, зокрема недобросовісної конкуренції в рекламі. Виділено її основні типи. Розглянуто типи відповідальності за недобросовісну конкуренцію згідно чинного законодавства.

В умовах стрімкого розвитку ринкових відносин швидко розвивається і конкуренція. Оскільки конкуренція є могутнім інструментом ринкової економіки і без неї не можуть розвиватися ринкові відносини, вона всіляко заохочується і захищається державою. Недобросовісна конкуренція є антиподом конкуренції. Вона руйнує конкурентні відносини, завдає шкоди добросовісній конкуренції, підприємцям, споживачам, а також дуже негативно впливає на якість продукції та послуг. Така конкуренція не допускається державою і карається законом. Саме тому, гостро стоїть проблема відслідковування недобросовісної конкуренції та її припинення.

Мета: дослідити найпоширеніші види недобросовісної конкуренції та відповідальність за їх застосування.

Недобросовісна конкуренція і конкурентні відносини були предметом досліджень таких відомих учених: Арустамян Д. В. [4], Бакалінська О. О. [5], Щербина В. С. [6].

Термін «економічна конкуренція» (конкуренція), згідно ЗУ «Про захист економічної конкуренції» визначається як - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [2].

Поруч з ним існує поняття «недобросовісної конкуренції», яке наведено у ГКУ та в статті 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», згідно з якою недобросовісна конкуренція - це будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності [1].

Згідно чинного законодавства визначено три групи дій недобросовісної конкуренції:

- неправомірне використання ділової репутації підприємців;
- незаконний збір, розголошення та використання комерційної таємниці;
- створення перешкод у конкуренції [7].

Найпоширенішою групою, на сьогоднішній день, є неправомірне використання ділової репутації підприємців. До неї належить використання чужих позначень (знаків для товарів та послуг), рекламних матеріалів і упаковки, неправомірне використання товару іншого виробника, копіювання зовнішнього вигляду виробу і введення його в господарський обіг без однозначного зазначення виробника копії та порівняльна реклама - це така реклама, яка містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого підприємця [9, с.374].

Цей вид порушення становив у 2014 році 4% загальної кількості порушень у вигляді недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання [11].

Поряд з поняттям недобросовісної конкуренції стоїть питання недобросовісної реклами.

У березні 2010 року АМКУ наклав мільйонний штраф на міжнародну компанію, яка проводила рекламу на українських телеканалах засобу проти простуди. АМКУ визнав, що інформація, яка поширювалася у рекламі створювала у споживачів помилкове враження, адже в ній говорилося про те, що рекламований ЛЗ повністю виликовує гострі та хронічні захворювання дихальних шляхів. Насправді ж він мав дію муколітичного засобу (тобто лише зменшував прояви симптомів застуди) [13].

Згідно ЗУ «Про рекламу» відповідальність за неправомірне порівняння в рекламі несе рекламодавець. За замовлення розповсюдження реклами, забороненої законом на рекламодавців накладається штраф у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами, крім того за рішенням суду може бути висунута вимога про публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами [3].

Найбільш поширеним видом недобросовісних дій, які вчинялися з метою досягнення неправомірних переваг у конкуренції, було поширення інформації, що вводять в оману. Цей вид порушення становив у 2014 році 90 % відсотків загальної кількості порушень у вигляді недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання [11].

До прикладу, тимчасова адміністративна колегія Антимонопольного комітету України визнала дії товариства з обмеженою відповідальністю «ЕССІЕЙ ХАЙДЖИН УКРАЇНА», які полягали у розміщенні інформації про акцію «Затишна оселя від Зева» на упаковках туалетного паперу «Zewa» плюс з ароматом яблука», яка проводилася з 15.03.2012 по 15.06.2014, без зазначення строків та умов її проведення на зовнішній поверхні упаковки, порушенням, передбаченим статтею 15 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводять в оману. За порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції на ТОВ «ЕССІЕЙ ХАЙДЖИН УКРАЇНА» накладено штраф у розмірі 100 тис. грн. [11].

Також існують методи непрямої компрометації конкурентів. Найбільш вживаним є метод «mud slinging» («окропити брудом»). Як правило, в інформаційному повідомленні або рекламі такого виду не називаються конкретні імена або відомості, які порочать товар і товаровиробника, що робить подібні дії такими, за які важко покарати. Інформація подається таким чином, щоб явно не спостерігали зв'язок між власне повідомленням і компрометованим об'єктом. Мається на увазі, що логічний зв'язок повинен здійснюватися самим споживачем [12].

Так, наприклад, одного разу в місцевій газеті невеликого містечка з'явилося оголошення такого змісту: «Вчора в універмазі, розташованому за адресою (називається адреса) була загублена гримуча змія. Прошу повернути за винагороду». Логічно, що після подібного оголошення кількість бажаючих зробити покупки в цьому магазині різко скоротилася. І лише потім зовсім випадково з'ясувалося, що оголошення в газеті було зроблено власником конкуруючого супермаркету, розташованого неподалік.

Іноді вплинути на добру репутацію конкурентів гравці ринку намагаються за допомогою заангажованих журналістів, яким оплачуються так звані замовні статті. Сенс даного методу полягає в тому, щоб будь-який журналіст, нібито незалежно виказуючий свою думку, насправді ж займається очорненням виробника або його товарів. Найчастіше подібна антиреклама підриває репутацію конкретного підприємця або його бізнесу.

Часто в рекламних кампаніях зустрічаються такі методи недобросовісної конкуренції, як некоректне порівняння з конкурентами і їх товарами, а також певними хитрощами, які привертають увагу клієнтів до недобросовісних рекламодавців. Так, російська торгова марка квасу «Никола» протиставляється рекламою бренду «Кока-Кола». У рекламі звучать слогани: «Квас не кола, пей «Николу»», «Всякой химии бойкот, пей Николу круглый год!», «Нет коланизации, квас – здоровье нации» [12].

Вчинення дій, визначених як недобросовісна конкуренція, тягне за собою адміністративну, цивільну чи кримінальну відповідальність винних осіб [7].

Залежно від органу, що поклав відповідальність на правопорушника, розрізняють відповідальність, що накладається:

- органом виконавчої влади (Антимонопольним комітетом України і його територіальними відділеннями);
- судом [2].

Згідно звіту Антимонопольного комітету України за 2014 р. За порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції органами Комітету протягом звітного року були накладені штрафи у загальній сумі понад 4,1 млн. грн. [11].

Так, кримінальна відповідальність передбачена за злочини, що порушують вимоги законодавства про збереження комерційної таємниці. Згідно зі ст. 231 Кримінального кодексу України незаконне збирання чи використання відомостей, що становлять комерційну таємницю (підприємницьке шпигунство), якщо це заподіяло великих матеріальних збитків суб'єкту підприємницької діяльності, карається позбавленням волі на термін до 3 років чи штрафом від 300 до 500 мінімальних розмірів заробітної плати [5].

Цивільно-правова санкція за недобросовісну конкуренцію – відшкодування збитку. Збиток, заподіяний внаслідок здійснення дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція, підлягає відшкодуванню за позовами зацікавлених осіб у порядку, визначеному цивільним законодавством України (ст. 24 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції»). Статтею 25 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» передбачені також спеціальні санкції за окремі види правопорушень. А саме, вилучення товарів з неправомірно використаним позначенням і копій виробів іншого суб'єкта господарювання. Ця санкція застосовується в разі встановлення факту неправомірного використання чужих позначень, рекламних матеріалів і упакування або копіювання виробів [6].

До прикладу, Антимонопольний комітет України визнав дії ТОВ «Рибоконсервний завод «Екватор» (м. Харків) у вигляді використання без дозволу ТОВ «Інтерфлот» (м. Миколаїв) дизайну оформлення етикетки рибних консервів «Сардина атлантична натуральна з добавленням олії», схожого з оформленням дизайну етикетки рибних консервів «Сардини натуральні з добавленням олії», яке раніше почало використовувати у господарській діяльності ТОВ «Інтерфлот», що може призвести до змішування діяльності ТОВ «Екватор» з діяльністю ТОВ «Інтерфлот», порушенням, передбаченим статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

За порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції на ТОВ «Рибоконсервний завод «Екватор» накладено штраф у розмірі 400 тис. грн. [11].

У ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» регулюється застосування адміністративних штрафів за порушення конкуренції. При цьому законодавчо встановлено різні підходи до юридичних і фізичних осіб. Проте зазначимо, що в законі такого розмежування не існує.

Здійснення юридичними особами і їх об'єднаннями дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція, спричинює накладення на них Антимонопольним комітетом України штрафів у розмірі до 3 % виторгу від реалізації товарів, робіт, послуг господарюючого суб'єкта, за останній звітний рік, що передував року, у якому накладається штраф. Якщо обчислити виторг суб'єкта господарювання неможливо чи він відсутній, то відповідні штрафи накладаються в розмірі до 5 тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Якщо юридична особа, її об'єднання не є суб'єктами господарювання накладається штраф у розмірі до 2 тис. неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (ст. 21 - 23 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції») [10, с. 55].

Здійснення дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція, громадянами, що займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи, спричинює накладення адміністративного стягнення.

Відповідно до ч. 1 ст. 164 КУпАП неправомірне використання фірмового найменування, знака для товарів і послуг чи будь-якого маркування товару, неправомірне копіювання форми, упакування, зовнішнього оформлення, а також імітація, копіювання, пряме відтворення товару іншого підприємця, самовільне використання його імені зумовлюють накладення штрафу в розмірі до 50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [4].

Відповідно до ч. 2 ст. 164 КУпАП навмисне поширення помилкових чи неточних відомостей, що можуть заподіяти шкоду діловій репутації чи майновим інтересам іншого підприємця, спричинює накладення штрафу в розмірі від 5 до 10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Штраф у розмірі від 10 до 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян встановлений за одержання, використання і розголошення комерційної таємниці та конфіденційної інформації з метою заподіяння шкоди діловій репутації чи майну іншого підприємця (ч. 3 ст. 164 КУпАП). Ці штрафи значно менші від тих, що застосовуються до юридичних осіб [4].

Варто зазначити, що Антимонопольний комітет України тісно співпрацює з урядом ЄС та Федеральною торговельною комісією США для обміну досвідом, щоб налагодити дійсно ефективну систему заходів проти недобросовісної конкуренції.

Сьогоднішнім споживачам потрібно бути дуже обережними, адже вигадливі підприємці та рекламодавці дуже часто використовують й такі методи впливу в рекламі (найчастіше психологічні), за які фактично законодавством України не передбаченні покарання.

До прикладу, часто виробники і продавці товарів і послуг проводять рекламну кампанію в розрахунок на важкоздійснювану перевірку рекламних повідомлень і на некомпетентність споживача. У рекламні тексти вводяться незрозумілі цільовим групам терміни (типу «кераміди», «фітонатураліс», «провітаміни» і т.п.). Механізм дії терміна в рекламних зверненнях працює таким чином: споживачі на підсвідомому рівні вважають - той, хто використовує наукову термінологію, сам неодмінно розумний і, більше того, добре знає предмет розмови. Отже, заслуговує довіри і уваги до своїх слів [12].

Часто реклама впливає на емоційну складову наших установок. Вплив на емоції - найкращий спосіб вплинути на нашу поведінку. Наприклад, багато рекламних кліпів і постерів звернені до нашої любові до друзів, родини, хороших часів і почуттів, з якими вони пов'язані. Реклама, звертаючись до нас, просить: «Зателефонуйте своїм друзям - доведіть їм свою любов, купіть діаманти, автомобілі, парфуми - покажіть, як сильно ви їх любите і цінуєте, посидьте з друзями, випийте пива - проведіть час приємно». Товари стають речовим доказом турботи і любові до людей.

Не менш поширеним є метод пробудження страху у споживача. Цей тип реклами створює в уяві глядача загрозу і страх перед тим, що може трапитися з людиною, якщо він не придбає цей товар. Приклад реклами: дитина захворіла через те, що не приймала певний вид вітамінів, або, коли в рекламі новітнього комп'ютера телеглядачам повідомляють, що саме цей комп'ютер є ефективним засобом навчання дитини в школі. Природньо, що будь-який батько хоче, щоб його дитина була здоровою та успішною - тут спрацьовує тонкий і разом з тим потужний вплив на почуття провини і страху, яке є у кожного батька і матері [8, с. 732 - 733].

Проблема недобросовісної конкуренції, вважається однією із найбільш складних як з точки зору її правового опосередкування, так і з позицій правозастосування. Дослідивши види недобросовісної конкуренції стає зрозуміло, як вона негативно впливає на позитивні ринкові відносини, підприємців та виробників продукції. Крім того, стає зрозумілим, яку велику шкоду і небезпеку вона несе безпосередньо споживачам, оскільки вони часто стають жертвами обману, прихованої інформації, неякісної продукції, невинуватених стрибків цін, а також психологічного впливу для здійснення тієї чи іншої покупки. Сумно, але споживач може навіть не зрозуміти, що він купує щось не тому, що йому це дійсно потрібно, а тому що йому це внушили.

Дуже важливим є постійне вдосконалення системи заходів проти недобросовісної конкуренції, адже з постійним розвитком конкурентних відносин на ринку, конкуренція стає більш жорсткою, а конкуренти більш вигадливими.

Список використаних джерел:

1. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 7 червня 1996 р. № 236/1996-ВР : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 1996, № 36. – С. 164.
2. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січня 2001 р. № 2210-111. 01 : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 2001, № 12. – С. 64.
3. Про рекламу : Закон України від 6 березня 1992 р. № 2171-XII : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 1992, № 39. – С. 181.
4. Кодекс України про адміністративні правопорушення. – К. : ТОВ «Генеза», 2001. – 171 с.
5. Кримінальний кодекс України : за станом на 5 липня 2011 р. : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 2012, № 5. – С. 38.
6. Цивільний кодекс України : за станом 5 липня 2011 р. : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 2012, № 5. – С. 34.
7. Господарський кодекс України : за станом на 9 квітня 2015 р. : офіц. текст // Відомості Верховної Ради України. – 2015, № 24. – С. 185.
8. Арустамян Д. В. Психологічні методи впливу реклами [Текст] / Д. В. Арустамян, Є. Д. Байкова // Молодий вчений, 2014. - №1. – С. 731 - 733.
9. Бакалінська О. О. Конкурентне право : [навч. посіб.] / О. О. Бакалінська. – К. : КНТЕУ, 2010. – 387 с.
10. Щербина В. С. Господарське право : [підручник] / В. С. Щербина. – 5-те вид., перероб. і допов. – К. : Юрінком Інтер, 2012. – 600 с.
11. Звіт Антимонопольного комітету України за 2014 рік: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document>
12. Недобросовісна конкуренція в рекламі і ЗМІ: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vadim-galkin.ru/business-basics/unfair-competition/advertising-and-media>
13. Недобросовісна реклама чи особливості торгових звичаїв у конкуренції: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pwc.com/ua/uk/publications/publication062.html>

ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ

У статті розглянуто стан впровадження дистанційної освіти в Україні, а також характерні особливості дистанційного навчання, його переваги та недоліки.

Інформатизація освіти в Україні – один з найважливіших механізмів, що зачіпає основні напрямки модернізації освітньої системи. Сучасному суспільству потрібна масова якісна освіта, яка спроможна забезпечити зрослі вимоги до споживача та виробника матеріальних і духовних благ. Виконати соціальне замовлення суспільства через збільшення асигнувань на освіту, збільшення кількості навчальних закладів та іншими традиційними способами не в змозі навіть заможні країни. Тому поява дистанційної освіти не випадкова, це закономірний етап розвитку та адаптації освіти до сучасних умов. Сучасні інформаційні технології відкривають нові перспективи для підвищення ефективності освітнього процесу. Велика роль надається методам активного пізнання, самоосвіті, дистанційним освітнім програмам [8 с. 24]. Дистанційна освіта – це заснована на сучасних інформаційних і комунікаційних технологіях форма навчання, що дозволяє не тільки вчитися, а й підвищувати кваліфікаційний рівень її користувачів. Дистанційні технології навчання можна розглядати як природний етап еволюції традиційної системи освіти від дошки з крейдою до електронної дошки й комп'ютерних навчальних систем, від книжкової бібліотеки до електронної, від звичайної аудиторії до віртуальної аудиторії.. Враховуючи вказані тенденції, кожен, хто прагне бути кваліфікованим і високооплачуваним фахівцем, не може використовувати лише ті знання, що були набуті в ході навчання у школі чи університеті, а повинен постійно оновлювати свою базу знань за допомогою досягнень сучасної науки і техніки [1].

Актуальність проблеми розвитку дистанційної освіти викликана тим, що в сучасних умовах кардинально змінюються вимоги до спеціалістів. При цьому на центральне місце виступає не використання раніше отриманих знань, а генерація і впровадження нових ідей, що і диктує нові вимоги до підготовки кадрів. В зв'язку з цим освіта впродовж життя стає все більш необхідною, набуває нових форм та значення. Нині досягнення в області інформаційних технологій та телекомунікацій дозволяють розвиток дистанційного навчання, як різновид безперервної освіти, яке супроводжує інформаційне суспільство, бо формує всебічно розвинену особистість, здатну орієнтуватися в інформаційному середовищі [2].

Питаннями вивчення дистанційної освіти детально займалися ряд вітчизняних та закордонних вчених: А.Андрєєва[7], В.Александров [8], Р.Анищенко, Г.Антонов, С.Антошук, А.Байраківський, С.Гунько, Р.Гуревич, Е.Гуров, Т.Гусак, І.Жилінкова, Ю.Жарких, С.Добровольська, І.Жовта, В.Жулкевська, Е.Полат, А.Анисимов тощо. В їх працях відображений широкий діапазон уявлень про сутність і зміст дистанційної освіти та особливості навчального процесу. Незважаючи на велику кількість досліджень, залишаються певні проблемні питання, які потребують вирішення, адже сучасна дистанційна освіта в Україні нагадує традиційні форми заочного навчання, не розкриваючи всіх можливостей використання принципово нових форм і методів навчання.

Метою статті є дослідження стану впровадження дистанційного навчання в Україні, а також визначення переваг і недоліків в його функціонуванні.

Дистанційна освіта – поширене явище у багатьох країнах світу, і з кожним роком її популярність зростає. Єдиного визначення для дистанційного навчання немає, але існує безліч підходів до розуміння цього терміна. Тому закордонною порідкою «distance learning» широко застосовуються такі як «e-learning», «teleteaching», «online learning», «Internet-based learning» тощо. Причинами цього є різноманітність способів використання інформаційно-телекомунікаційних технологій у навчальному процесі [3, с.216]. В Україні дистанційна освіта, відповідно до Положення про дистанційне навчання, розвивається перш за все як форма навчання, що рівноцінна з денною, вечірньою, заочною формами та екстернатом. Під дистанційним навчанням розуміється «індивідуалізований процес набуття знань, умінь, навичок і способів пізнавальної діяльності людини, який відбувається в основному за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників навчального процесу у спеціалізованому середовищі, яке функціонує на базі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій» [1]. Вперше дистанційне навчання виникло у 1840 році, коли Ісаак Пітман запропонував навчання через поштовий зв'язок для студентів Англії. У 1856 році Чарльз Тюссе та Густав Лангеншейдт розпочали викладання мови для студентів заочної форми навчання у Німеччині. Різниця між традиційною формою навчання та дистанційною полягає в тому, що основною метою дистанційного навчання є відокремлення вчителя від учня.

Ідея освіти на відстані не є новою. Вона виникла з усвідомлення суспільством необхідності навчання без відриву від професійної діяльності більшої кількості людей і була втілена через систему заочної освіти. З 1938 р. існує Міжнародна рада із заочної освіти, яка отримала в 1982 р. нову назву – Міжнародна рада із заочної та дистанційної освіти. Збільшення попиту на освіту, комп'ютеризація, нові інформаційні технології, телекомунікації і т.п. дали змогу перевести навчання на відстані на якісно інший рівень, а саме створення дистанційної освіти. Ініціатором застосування дистанційного навчання став Відкритий університет Великобританії – навчальний заклад нового типу, світовий лідер в галузі дистанційної освіти. Вже у 1996 році на семи його факультетах навчалось близько 215 тис.чоловік. Цей вуз є лідером дистанційної освіти в Західній Європі. У 1987 р. було засновано Європейську асоціацію університетів з дистанційного навчання, яка в подальшому переросла в Європейський відкритий університет, до його складу входять 17 членів-організаторів з 15 країн. Нині дистанційне навчання у вищих навчальних закладах Європи стало повсякденною практикою. Найбільш відомими в галузі відкритої дистанційної освіти стали такі вищі навчальні заклади: Національний університет дистанційної освіти (Іспанія), Відкритий університет Нідерландів, Центр відкритого навчання (Іспанія), Дистанційний університет Хагена (Німеччина) [6].

Система освіти України також активно долучилася до цього процесу. В листопаді 2004 року наказом Міністерства освіти і науки України був створений Український інститут інформаційних технологій в освіті при НТУУ «КПІ» (УІІТО) з метою ефективного впровадження інформаційно- комунікаційних технологій (ІКТ) в освіту з урахуванням позитивного досвіду діяльності та на базі Українського центру дистанційної освіти НТУУ «КПІ» (УЦДО) [1]. Основними завданнями інституту є підвищення якості освіти, розширення доступу представників різних вікових груп та верств населення до освітніх ресурсів, створення умов для безперервного навчання впродовж усього життя за рахунок ефективного інтегрування ІКТ, в тому числі дистанційного навчання, в освітню сферу [2]. Дистанційна освіта здійснює і оновлює роль викладача, робить його наставником-консультантом, який повинен координувати пізнавальний процес, постійно удосконалювати ті курси, які він викладає, підвищувати творчу активність і кваліфікацію відповідно до нововведень та інновацій, але викладач в свою чергу не повинен забувати про те, що всі засоби ведення профорієнтаційної роботи з молоддю повинні спиратися на потреби особистості в самопізнанні й самооцінці, на потреби в активній пізнавальній діяльності, в самовираженні й самоствердженні і бути спрямовані на задоволення цих потреб і подальший їх розвиток [6].

Згідно з деякими дослідженнями, в Україні близько 30% навчальних закладів заявили про те, що вже мають або планують організувати навчання в режимі дистанційної освіти. Однак найчастіше за цим стоїть звичайна заочна форма навчання. Чим же відрізняється дистанційна освіта від інших видів отримання знань і професії? Насамперед, дистанційна освіта - це відкрита система навчання, що передбачає активне спілкування між викладачем і студентом за допомогою сучасних технологій та мультимедіа. Така форма навчання дає свободу вибору місця, часу та темпу навчання [8, с.10].

Система дистанційної освіти має ряд переваг і значно розширює коло потенційних студентів. Одержати освіту дистанційно має можливість молодь, яка не може поєднувати навчання з роботою або проживає у віддаленій від обласних центрів місцевості; військовослужбовці; домогосподарки; керівники; бізнесмени або студенти, що бажають паралельно одержати освіту. Дистанційна форма навчання підходить майже всім, тому що дає можливість гармонійно поєднувати навчання та повсякденне життя.

Варто відзначити, що дистанційна освіта - це доступна можливість одержати освіту за кордоном з мінімальними фінансовими витратами при великому виборі спеціальностей, оскільки більшість ВНЗ Європи та США ввели таку зручну для студентів форму освіти набагато раніше, ніж Україна.

Однак перспективи дистанційної освіти, про які так багато зараз говорять, не такі вже й очевидні. Головні аргументи прихильників дистанційного навчання - це невисока вартість навчання, більша пропускна здатність вузів і інтеграція у світовий освітній процес. Наприклад, США, посідаючи п'яте місце серед найбільших експортерів освітнього продукту, щорічно заробляють на цьому \$7 млрд. Торік, за даними Інституту міжнародної освіти, у США навчалися 453 787 іноземних студентів. Більша їхня частина (57%) - з Азії, лише 15% - з Європи. Сьогодні вища освіта в США - 100-мільярдний бізнес, що становить 2,7% ВВП [6].

Завдяки можливості використання всіх переваг традиційних форм навчання, включаючи стандартизовані навчальні матеріали, апробовані процеси й процедури, дистанційна освіта розширює їхній спектр і робить їх доступними набагато більшій кількості людей. Воно охоплює послугами початкову, середню, вищу формалізовану й неформалізовану освіту й професійну підготовку широкого кола населення, у тому числі й в районах, що не мають в своєму розташуванні установ денної форми навчання. Дистанційні методи освіти виявляються прийнятними також для таких соціальних груп, які не мають або втратили постійне місце проживання, ведуть кочовий спосіб життя або змушені бути переселенцями: дистанційне навчання доступно для них у будь-якому місці, де б вони не перебували, поза залежністю від наявності або відсутності там звичайних стаціонарних навчальних закладів [2, с.53].

Фінансова сторона питання про те, чому багато учнів віддають перевагу дистанційному навчанню, дотепер є найменш дослідженою. Усе ще немає навіть чіткого уявлення, наскільки великі загальні витрати випускника дистанційного вузу в порівнянні з його колегою, що закінчив традиційний вищий навчальний заклад. У цьому сенсі на користь дистанційної освіти свідчить той факт, що студент дистанційного вузу в процесі навчання може працювати й одержувати заробітну плату (хоча й студент денної форми навчання теж, у принципі, не позбавлений такої можливості), учитися без відриву від кар'єри, удосконалювати професійні знання й навички, підвищуючи в такий спосіб свій кваліфікаційний рівень і статус на основному місці роботи.

Водночас при всіх перевагах застосування дистанційної форми навчання, як і в будь-якій іншій формі навчання, в ній можна виділити ряд недоліків. По-перше, це складність ідентифікувати дистанційних студентів, оскільки на сучасному етапі розвитку технологій перевірити, хто ж саме складає іспит на відстані досить складно [5, с. 200]. Однак, ВНЗ, які надають можливість навчання на дистанційних курсах, знайшли вихід з ситуації в обов'язковій особистій присутності студента на кількох іспитах під час сесії у вищому навчальному закладі. Але якщо мова йде про проблему професійного самовизначення, то завдання, яке ставиться перед розробниками програм та курсів, полягає у наданні можливості учням самостійно себе перевіряти і отримувати інформацію з достовірних джерел. Інша проблема, що виникає при користуванні даною системою полягає у низькій пропускній спроможності електронних мереж під час навчальних чи екзаменаційних телеконференцій. Від цього, в першу чергу, страждають дистанційні студенти невеликих містечок України, яким, власне, найбільше підходить дистанційна освіта через географічну віддаленість від наукових осередків [4, с. 41]. Крім того, не слід забувати про таку проблему як недостатній безпосередній контакт між персональним викладачем (тьютором) та дистанційним студентом через надзвичайну аудиторну завантаженість вітчизняних викладачів. Студенти закордонних дистанційних курсів можуть отримувати відповіді на свої листи протягом кількох годин, оскільки викладачів в країнах зі значним досвідом впровадження дистанційної освіти набагато більше, ніж студентів. На жаль, в Україні склалася протилежна ситуація - бажаючих отримати дистанційну освіту у нас багато, а досвідчених викладачів, знайомих з новітніми технологіями дистанційного спілкування, не вистачає [7, с. 220].

При процесі впровадження дистанційної освіти в Україні, а саме розробці електронних навчальних курсів виникають складності, що характерні для дистанційної системи навчання: процес створення електронних навчальних курсів довготривалий і вимагає повної віддачі та взаємодії програміста, дизайнера та педагога, до чого не всі поки морально готові; систематичний процес ведення електронної документації вимагає дисципліни серед викладачів і займає додатковий час, який би міг бути використаний, власне, для навчання; процес опосередкованої передачі знань добре підходить для самопідготовки студентів, для студентів заочної та дистанційної форми навчання, проте в умовах стаціонару ні в якому разі не можна повністю підміняти "живе", емоційно забарвлене безпосереднє спілкування "вчителя" і "учня" опосередкованим найсучаснішими інформаційно-комунікаційними технологіями.

Отже, незважаючи на зазначені недоліки, можемо підсумувати, що загалом на сьогоднішній день, дистанційна освіта в Україні частково відповідає вимогам, що ставляться до інформаційного суспільства з метою повноцінного входження України в міжнародний освітній простір. А для того, щоб система дистанційного навчання зайняла гідне місце в системі освіти України, потрібно створити глобальну комп'ютерну мережу освіти й науки, оскільки саме комп'ютер дає змогу отримувати навчальний матеріал, і є водночас бібліотекою, центром довідкової інформації, комунікативним центром, що робить його одним з учасників реалізації програми безперервної освіти в Україні.

Список використаних джерел:

1. Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні, затверджена постановою МОН від 20 грудня 2000р. [Електронний ресурс]– Режим доступу: - <http://www.osvita.org.ua/distance/pravo>.
2. Про створення Українського центру дистанційної освіти :Наказ Міністерства освіти і науки України від 07 липня 2000 № 293.[Електронний ресурс].– Режим доступу: - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show>.
3. Кремень В.Г. – Освіта і наука в Україні – інноваційні аспекти. Стратегія. Реалізація. Результати. – К: Грамота, 2005 – 448с
4. Сайт Українського центра дистанційного навчання.[Електронний ресурс]. – Режим доступу : - www.distance-learning.com.ua
5. Козлакова Г.О. Використання засобів Інтернет у науково-Педагогічних дослідженнях. Нові інформаційні технології в навчальних закладах України. – Матеріали Міжнародної конференції пам'яті проф. І.І. Мархеля. – Одеса, 2005- с. 320
6. Освітній портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу. - <http://www.osvita.org.ua>.
7. Андреев А.А., Солдаткин В.И. Дистанционное обучение : сущность, технология, организация. – М. МЭСИ, 1999. – 270 с.
8. Александров В. В. Заочная дистанционная освіта як імператив становлення інформаційного суспільства // Сучасний стан вищої освіти в Україні: проблеми та перспективи: Всеукр. наук.-метод. конф., 24–25 трав. 2000 р., Київ (Україна): Тези доп. / АПН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2000. – С. 360

Катерина Среда, 5 курс, спец. «Облік і аудит», д/ф,
Наук. кер. – Адамова І.З.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ЯК ШЛЯХ ВИЯВЛЕННЯ ЇХ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

У статті розглянуто роль самостійної роботи студентів для виявлення їх творчого потенціалу.

Проблема організації самостійної роботи студентів як шлях виявлення їх творчого потенціалу набула особливого значення після приєднання вищих навчальних закладів України до Болонської конвенції. Зменшення долі аудиторних годин, що потребує збільшення обсягу самостійної роботи виділеної на вивчення певної дисципліни, наявність студентів з різним рівнем сформованих навчальних вмінь та навичок, рівнем базової підготовки, різним ступенем навчальної мотивації, та різними психофізіологічними особливостями, зумовлюють особливу актуальність цієї проблеми.

Питанням організації самостійної роботи присвятили свої праці: Л. Г. Вяткін, М. Г. Гарунова, В. А. Козаков, С.С Занюк [5], І. Я. Лернер, М. І. Махмутов, В.Л. Ортинський [3], Н.А. Половнікова, П. І. Підкасистий. Їх роботи присвячені загально-дидактичним, психологічним, організаційно-методичним та іншими аспектами планування та організації самостійної роботи.

Однак особливої уваги потребує питання мотивації кожного студента, з урахуванням його особливостей, до самостійної аудиторної та поза аудиторної діяльності.

Перехід системи навчання від отримання студентом інформації в готовому вигляді, до опрацювання її та формування власних думок, проходить повільно через відсутності індивідуальних мотиваційних важелів. Ось чому необхідно особливу увагу приділити аспекту, як загальні мотивуючі чинники пристосувати до індивідуальності кожного студента.

Мета дослідження – Розглянути та зазначити роль самостійної роботи студентів у розкритті їх творчого потенціалу.

Особливістю навчання у вищій школі в сучасних умовах є значне збільшення обсягів самостійної роботи, що зумовлено основним завданням вищої освіти: формуванням творчої особистості фахівця, здатного до саморозвитку, самоосвіти, та інноваційної діяльності. В зв'язку з цим, необхідно змінити характер навчального процесу у вищій школі, який повинен бути орієнтований на збільшення частки самостійної роботи.

Необхідно перевести студента з пасивного споживача знань на активного їх творця, що вміє сформулювати проблему, проаналізувати шляхи її вирішення, знайти оптимальний результат і довести його правильність.

Крім того, самостійно набуті знання є більш оперативними, вони стають особистою власністю, розвивають інтелектуальні риси, увагу, спостережливість, критичність, вміння оцінювати ситуацію. В зв'язку з чим навчальний процес у вищій школі повинен набувати характеру самостійної роботи студентів.

Самостійна робота студента – це самостійна діяльність студента, яку науково-педагогічний працівник планує разом зі студентом, але виконує її студент за завданнями та під методичним керівництвом і контролем науково-педагогічного працівника без його прямої участі[3, с. 117].

Важливу роль у вивченні навчальної дисципліни відіграє організація самостійної роботи.

Організація самостійної роботи студентів – процес впорядкування самостійної роботи за певними вимогами (критеріями, правилами, принципами) і надання їй необхідної форми з метою найкращої реалізації поставленої мети [2 с.76].

Розглянемо труднощі з якими стикаються студенти, при здійсненні самостійної роботи: складність пошуку необхідної інформації (студентам буває досить проблематично визначити, що саме необхідно прочитати або вивчити для того, щоб розібратись в певній проблемі; вони погано орієнтуються в потоці навчальної та наукової літератури); труднощі орієнтації в змісті книги, навчального посібника (студенти мають проблеми з виділенням основної суті у великому обсязі інформації); проблеми при узагальненні теоретичних положень, викладених в різних джерелах; складність застосування одержаних знань на практиці (студентам важко правильно оцінити практичну ситуацію, щоб застосувати для її аналізу одержані знання).

Тому удосконалення організації самостійної роботи полягає в тому, щоб: навчити студентів правильно слухати та конспектувати лекції, ефективно засвоювати навчальну інформацію; правильно організувати самостійну роботу на практичних та лабораторних заняттях; удосконалити навички роботи з підручниками та навчальною літературою; навчити правильно конспектувати літературу, готувати реферати, виступати з доповідями.

Активна самостійна робота студентів можлива тільки за наявності серйозної і стійкої мотивації.

Мотивація – це елемент процесу навчання, результатом якого є навчальна діяльність, яка набуває для тих, хто навчається, конкретного змісту. При цьому формується стійкий інтерес до неї, і зовнішні задані цілі перетворюються у внутрішні потреби особистості [5 с. 4].

Серед загальних чинників, сприяючих активізації самостійної роботи, можна виділити наступні: 1) *корисність виконуваної роботи*. Якщо студент знає, що результати його роботи будуть використані в навчальному процесі, в методичній розробці, в лабораторному практикумі, при підготовці публікації або іншим чином, те відношення до виконання завдання істотно міняється в кращу сторону і якість виконуваної роботи зростає. При цьому важливо психологічно зорієнтувати студента, показати йому, як і для чого необхідна виконувана робота. Іншим варіантом використання чинника корисності є активне застосування результатів роботи в професійній підготовці. Так, наприклад, якщо студент одержав завдання на випуск (кваліфікаційну) роботу на курсі, що передують проектуванню, він може виконувати самостійні завдання по літературному огляду, освоєнню нового нестандартного програмного забезпечення, які потім ввійдуть як розділи в його кваліфікаційну - дипломну або випуск (кваліфікаційну) роботу; 2) *участь студентів в творчій діяльності*. Це може бути участь в науково-дослідній, дослідно-конструкторській або методичній роботі, що проводиться на кафедрі; 3) *важливим мотиваційним чинником є інтенсивна педагогіка*. Вона припускає введення в навчальний процес активних методів, перш за все ігрового тренінгу, в основі якого лежать інноваційні і організаційно-діяльні ігри. Першим кроком в такому підході є ділові або ситуативні форми занять, зокрема з використанням ЕОМ; 4) *Участь в олімпіадах по навчальних дисциплінах, конкурсах науково-дослідних або прикладних роботах*; 5) *використовування мотивуючих чинників контролю знань* (накопичувальні оцінки, рейтинг, тести, нестандартні екзаменаційні процедури). Ці чинники за певних умов можуть викликати прагнення до змагальності, що саме по собі є сильним мотиваційним чинником самовдосконалення студента; 6) *Заохочення студентів за успіхи в навчанні і творчій діяльності* (стипендії, преміювання, заохочувальні бали) і *санкції за погане навчання*. Наприклад, за роботу, здану раніше терміну, можна проставляти підвищену оцінку, а інакше її знижувати; 7) *Індивідуалізація завдань, виконуваних як в аудиторії, так і поза нею, постійне їх оновлення*; 8) *Мотиваційним чинником в інтенсивній навчальній роботі і, в першу чергу, самостійній є особа викладача*. Викладач може бути прикладом для студента як професіонал, як творча особа. Викладач може і повинен допомогти студенту розкрити свій творчий потенціал, визначити перспективи свого внутрішнього зростання [6 с. 3].

Ці методи є основою, від якої педагог має відштовхуватись. Але діяльність викладача повинна базуватись на основі індивідуально-орієнтованого підходу, тобто враховувати індивідуальні особливості особистості. Ось чому педагогу необхідно: використовувати індивідуально-орієнтований підхід при складанні завдань для різних типологічних груп; розробляти завдання різного рівня складності; створювати позитивну атмосферу на заняттях; надавати можливості обирати групові чи індивідуальні форми роботи; надавати консультативну допомогу з урахуванням методу пояснення їх помилок; застосовувати контролюючі заходи за здійсненням самостійної роботи.

Використання індивідуально-орієнтованого підходу сприятиме розвитку творчих здібностей студента.

Отже, самостійна робота студентів є не просто важливою формою освітнього процесу, а повинна стати його основою. Для ефективного вивчення навчальної дисципліни необхідно правильно організувати самостійну роботу студентів.

Загальні методи мотивації студентів є лише базою, від якої педагог має відштовхуватись. Адже неврахування особливостей студента, може стати на заваді його мотивації до самостійної роботи. Ось чому необхідно використовувати індивідуально-орієнтований підхід, який сприяє розвитку творчих здібностей студента.

Список використаних джерел:

1. Григорян М.М. Управління самостійною роботою студентів / М.М. Григорян / Вестник КАСУ. – 2008. – №1. – Режим доступу: [http://www.vestnik-kafu.info/journal/13/475]
2. Гулецька Я.Г. Організація самостійної роботи магістрів з використанням інформаційних технологій при вивченні іноземної мови / Я.Г. Гулецька // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2009. – Вип.3. – С.75-80.
3. Ортинський В.Л. Педагогіка вищої школи: навч. посіб./В.Л. Ортинський; Львів. держ. ун-т внутр. справ. – К.: Центр учб. літ., 2009. – 472 с.
4. Чайка В.М. Основи дидактики: навчальний посібник / В.М. Чайка. – Київ : Академвидав, 2011. – 238 с.
5. Занюк С. С. Психологія мотивації : навч. посіб. / С. С. Занюк. – К. : Либідь, 2002. – 304 с.
6. Організація самостійної роботи студентів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nmetau.edu.ua/file/klit_8341.pdf

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ВИПУСК XVIII

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
58002, м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск: *Кравчук Р.В.*
Галамашевич С.О.

Комп'ютерна верстка та макетування *Галамашевич С.О.*
Макет обкладинки *Галамашевич С.О.*

Підписано до друку 15.12.2015
Тираж 100.

Віддруковано ПП Глібка О.В.
(0372) 585-454; (0372) 585-196