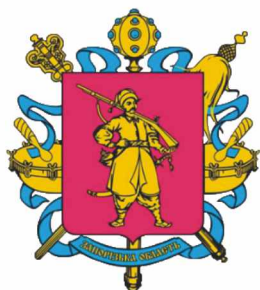


**Міністерство освіти і науки України
Таврійський державний агротехнологічний університет
Мелітопольська міська рада**



*Регіональний фонд підтримки
підприємництва в Запорізькій
області*



*Мелітопольська
міська
рада*



*Таврійський державний
агротехнологічний
університет*



Бізнес-інкубатор ТДАТУ

**МАТЕРІАЛИ РЕГІОНАЛЬНОЇ НАУКОВО-
ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«Актуальні проблеми розвитку малого та
середнього підприємництва»***

12 грудня 2017 р.

м. Мелітополь

ЗМІСТ

Кюрчев Володимир Миколайович.....	6
Привітання учасників конференції.....	6
Мінько Сергій Анатолійович.....	7
Привітальне звернення до учасників конференції	7
Степаненко Володимир Васильович.....	8
Про державну підтримку бізнесу	8
Рудакова Ірина Володимирівна	10
Регіональні програми підтримки бізнесу.....	10
Терновський Володимир Олександрович, Подшивалов Геннадій Валерійович.....	12
Проекти Міжнародної технічної допомоги: значення у розвитку аграрного сектору. Моделі роботи з малим та середнім агробізнесом.	12
Череп Алла Василівна	15
Необхідність формування інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва шляхом створення бізнес-інкубаторів на теренах запорізького регіону.....	15
Карман Сергій Вікторович.....	18
Створення бізнес-інкубаторів, як інструмент сприяння розвитку малого та середнього бізнесу.....	18
Коноваленко Анастасія Сергіївна.....	20
Підприємці покоління Y.....	20
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	22
Андрєєва Л.О.....	22
МАЛОБЮДЖЕТНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ	24
Арестенко Т.В.	24
Арестенко В.В.	24
ПАРАМЕТРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПЛОДІВНИЦТВА.....	26
Болтянська Л.О.....	26
ДОСВІД КАФЕДРИ «ТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ ТЕХНОЛОГІЙ ТВАРИННИЦТВА» ПО ВИРОЩУВАННЮ ПЕРЕПЕЛІВ.....	30
Болтянський Б.В.	30
Дереза С.В.	30
ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У КАНАДІ	33
Бончужна Є.Ф.	33
Науковий керівник Коноваленко Н.С.....	33
ДЖЕРЕЛА ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ.....	35
Вертегел С.Я.....	35
ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ	

ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	37
Голуб Н.О.	37
ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ПРІОРИТЕТ В ІНВЕСТИВАННІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	39
Грицаєнко Г.І.	39
Грицаєнко І.М.	39
СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ У СКЛАДІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	43
Грицаєнко М.І.	43
РОЛЬ ТА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	47
Демчук О.М.	47
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	50
Завадських Г.М.	50
ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	53
Клименко В.Р.	53
Науковий керівник – Коноваленко А.С.	53
ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ	55
СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	55
Крушельницька С.І.	55
Науковий керівник – Коноваленко Н.С.	55
МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ	56
Колокольчикова І.В.	56
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	58
Кучеркова С.О.	58
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	60
Куліш Т.В.	60
СТАНДАРТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ЗА ВІТЧИЗНЯНИМИ І ЗАРУБІЖНИМИ ПРАВИЛАМИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ОКРЕСЛЕННЯ МЕЖ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	62
Левченко О.П.	62
СТРАТЕГІЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ.....	67
Ортіна Г.В.	67
СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	69
Педченко Г.П.	69
Власюк Ю.О.	69
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	72

Сахно Л.А.....	72
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ З	
КРИТЕРІЯМИ ЕФЕКТИВНОСТІ.....	74
Синяєва Л.В.....	74
РИЗИКИ ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕСУ	78
Тебенко В.М.....	78
ВИЗНАЧЕННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ МАЛИХ І	
СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ.....	80
Трачова Д.М.....	80
РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ГОРИЗОНТАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ	
ПАТ «МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ»	83
Цемашко Ю.М.....	83
РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ ЯК	
ІНСТРУМЕНТ ЗБАЛАНСУВАННЯ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ І	
БІЗНЕСУ	85
Череп О.Г.	85
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В	
СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	87
Шквиря Н.О.....	87
ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ	
ГОСПОДАРСТВ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ	
ДІЯЛЬНОСТІ.....	89
Яворська Т. І.....	89



Кюрчев Володимир Миколайович,
ректор Таврійського державного агротехнологічного університету,
доктор технічних наук, професор, член-кореспондент НААН
України, Заслужений працівник освіти України

Привітання учасників конференції

Розбудова ефективної економіки у сучасних умовах можлива виключно підвищенням інтенсифікації виробництва шляхом інноваційно-технологічного розвитку. Посилення конкуренції стимулює підприємців до пошуку нових бізнес-можливостей та форм організації бізнесу. За таких умов функціонування бізнес-інкубаторів на базі вищих навчальних закладів забезпечує тісний взаємозв'язок науки та практики підприємницької діяльності. Науковці допомагають впровадженню передових технологій та науково обґрунтованих підходів, а практика бізнесу окреслює коло нових проблем та встановлює актуальні задачі наукових досліджень. Така співпраця допоможе нівелювати негативний вплив ризиків для підприємців-початківців та стане фундаментом їх подальшого розвитку.

Впевнений, поєднання науки та бізнесу закладає надійну основу для розвитку підприємництва та прогресивних зрушень в економіці регіону.



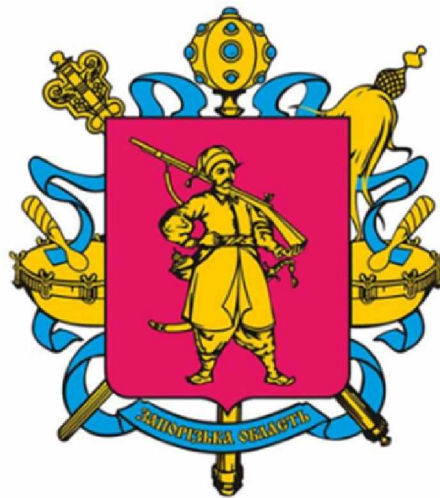
Мінько Сергій Анатолійович,
Мелітопольський міський голова

Привітальне звернення до учасників конференції

Реалізація задумів, бізнес-планів та бізнес-проектів молоддю в межах нашого регіону, безперечно, позитивно вплине на можливості вирішення чисельних соціальних проблем. Адже новий бізнес створює нові робочі місця для працездатного населення, наповнює ринок популярною продукцією, слугує додатковим джерелом для поповнення міського бюджету та зміцнення економічного потенціалу громади.

За таких умов «Бізнес-інкубатор ТДАТУ» є ефективною платформою, що формує у молоді орієнтир на розвиток сучасних та перспективних напрямів господарювання у відповідь на потреби ринку, задає новий вектор комерціалізації нововведень. Зі свого боку керівництво міста Мелітополя забезпечує створення сприятливих умов для розвитку підприємництва та залучення інвестицій для фінансування перспективних проектів.

Впевнений, що спільні зусилля влади та науковців сприятимуть перспективному розвитку підприємництва в нашому регіоні за пріоритетними напрямками економіки відповідно до програм його соціального-економічного розвитку.



Степаненко Володимир Васильович,
генеральний директор Державної організації «Регіональний фонд
підтримки підприємництва у Запорізькій області»

Про державну підтримку бізнесу

Державна організація «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області» (надалі – Фонд) була створена 20 травня 1999 р. відповідно до Указу Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва» №456/98 від 12.05.1998. Активну діяльність Фонд почав із січня 2001р. Засновниками є Український фонд підтримки підприємництва і Запорізька обласна державна адміністрація. Регіональний фонд є некомерційною та неприбутковою організацією. Він є інструментом і головним організатором реалізації державної політики в питаннях розвитку і фінансової підтримки малого і середнього бізнесу як перспективного сектору економіки в регіоні.

За період діяльності Фонду профінансовано більше 140 підприємницьких проектів на суму 6,4 млн. гривень. В результаті було створено близько 1300 додаткових робочих місць, збережено близько 1000 робочих місць.

У 2009 р. Фондом організовано роботу телефонної «гарячої лінії» щодо функціонування дозвільної системи, державної реєстрації та надання адміністративних послуг підприємцям Запорізької області.

У сфері консультаційної діяльності Фонд надає безкоштовні консультації з питань одержання фінансової допомоги, розробки бізнес-планів, організації власної справи й інших питань, пов'язаних з

веденням бізнесу, проводяться безкоштовні виїзні консультативно-тематичні семінари для суб'єктів підприємницької діяльності в районах Запорізької області. За власні кошти Фонд розробляє та друкує довідники для підприємців, у яких зібрана корисна інформація щодо ведення малого та середнього бізнесу, які розповсюджуються безкоштовно під час семінарів, круглих столів з підприємцями.

За рахунок коштів обласного бюджету Фондом забезпечено роботу циклу інформаційно-аналітичних телевізійних програм присвячених вирішенню проблем у питаннях управління малим бізнесом для суб'єктів малого підприємства на місцевому телебаченні.

Задля розширення інфраструктури підтримки підприємництва Фондом створений Запорізький обласний Бізнес Центр.

Фонд сприяє відкриттю та роботі інституцій підтримки малого і середнього підприємництва (бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, коворкінг-центрів, менторських центрів, технопарків, бізнес-центрів), є засновником громадської «Бізнес-інкубатор «БІ-Запоріжжя» на базі економічного факультету Запорізького національного університету. У 2016 р. за методичної допомоги фонду відкрито другий в Запорізькій області академічний бізнес-інкубатор на кафедрі економіки підприємства Запорізької державної інженерної академії. У 2017 р. за сприянням фонду відкрито два академічних бізнес-інкубатори: на кафедрі економіки Таврійського державного агротехнологічного університету та Хортицької національної академії.

Фонд має хорошу історію реалізації регіональних та міжнародних грантових проектів, а саме:

1. «Мапа підприємництва Запорізької області»;
2. «Мережа бізнес-інкубаторів Чорноморського регіону» ПРОГРАМА ЄС «BLACK SEA»;
3. «Система сертифікації якості в агротуризмі «SerTour». ПРОГРАМА ЄС «BLACK SEA»;
4. «Бізнес-освіта для біженців та внутрішньо переміщених осіб з Донецької, Луганської областей і АР Крим» Посольства США в Україні;
5. «Надання консалтингових послуг для ВПО, які отримали невеликі гранти від Уряду Японії, з метою відновлення або розвитку підприємницької діяльності в рамках Програми ПРООН в Україні».

Фонд готовий надати практичну та методологічну допомогу бізнесу з питань залучення міжнародної технічної допомоги (грантів) в якості заявника або партнера, які стосуються напрямку розвитку підприємництва, соціального підприємництва та стратегічних напрямків розвитку Запорізької області.



Рудакова Ірина Володимирівна,
Перший заступник міського голови з питань діяльності виконавчих
органів ради

Регіональні програми підтримки бізнесу

Без дієвої підтримки з боку держави, місцевих органів влади малому та середньому бізнесу вкрай складно досягати певних цілей.

В місті Мелітополі міська влада прикладає багато зусиль для підтримки та розвитку підприємництва в місті.

Так, приймаються відповідні програми підтримки бізнесу:

- комплексна програма “Сприяння розвитку бізнесу в м. Мелітополі на 2017-2018 роки”;
- “Сприяння просуванню продукції міста Мелітополя на зовнішні ринки”;
- Програма соціально-економічного розвитку міста Мелітополя;
- Маркетингова стратегія міста Мелітополя.

Основною метою цих Програм є покращення ділового клімату в місті, забезпечення оптимальних умов для здійснення підприємницької діяльності, усунення адміністративних бар’єрів, збалансування інтересів міської влади та бізнесу, збільшення обсягів експорту, створення нових робочих місць.

Фінансування заходів Програми в процесі їх реалізації здійснюється за рахунок коштів міського бюджету, коштів проекту ПРОМІС, залучених коштів міжнародних організацій та фондів підтримки підприємництва, власних коштів юридичних та фізичних осіб - співвиконавців Програми, інших джерел фінансування.

Напрямки, які на місцевому рівні вирішують проблеми розвитку малого та середнього підприємництва:

- удосконалення нормативно-правової бази (встановлення пільгових ставок місцевих податків та зборів);

- впровадження державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності (недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів. Міський голова вимагає від розробників регуляторних актів чітко та жорстко дотримуватися вимог до процедури підготовки, прийняття, відстеження результативності та перегляду нормативно-правових актів, які є регуляторними);

- впровадження реформ системи надання адміністративних послуг та діяльності Центру надання адміністративних послуг (спрощена процедура відкриття і ведення господарської діяльності, скорочені дозвільні та погоджувальні процедури,

зменшений вплив державних органів на діяльність суб'єктів господарювання);

- фінансова підтримка та залучення інвестицій (28 листопада було презентовано в рамках проекту ПРОМІС Фонд сприяння розвитку малого та середнього підприємництва. Уряд Канади надає фінансову підтримку малому та середньому бізнесу. Сума одного проекту - від 20 до 40 тис.

канадських доларів (в гривневому еквіваленті);

- організація участі суб'єктів малого і середнього підприємництва - місцевих товаровиробників у виставках, та інвестиційних форумах;

- залучення місцевих товаровиробників до участі у торгах (тендерах) по закупівлі товарів, робіт (послуг) за державні кошти;

- передання в оренду / власність, в тому числі на пільгових умовах, площ, обладнання комунального майна та майна підприємств, що не використовуються;

- підвищення рівня правової освіти суб'єктів господарювання (проведення семінарів, конференцій, тренінгів, курсів).

UHVDP

Український проект
бізнес-розвитку плодоовочівництва



**Терновський Володимир
Олександрович,**
к.е.н., заступник менеджера
Українського проекту бізнес-
розвитку плодоовочівництва



**Подшивалов Геннадій
Валерійович,**
голова ЗОГО ЗІКЦ
"Агро-Таврія"

Проекти Міжнародної технічної допомоги: значення у розвитку аграрного сектору. Моделі роботи з малим та середнім агробізнесом.

Після Революції Гідності, анексії Криму та початку військового конфлікту на Сході України міжнародна підтримка з боку міжнародних організацій, іноземних урядів та агентств з розвитку збільшилася до беспрецедентного рівня. Одним з видів допомоги нашій країні є Міжнародна технічна допомога, яка надається донорами у вигляді ресурсів та послуг, що надаються на безоплатній та безповоротній основі з метою підтримки України відповідно до міжнародних договорів.

За інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі Україна в першому півріччі 2017 року реалізувала 415 проектів міжнародної технічної допомоги загальною вартістю 5,32 млрд. \$ США. Найбільшими донорами технічної допомоги стали США - 104 проекти на 1,5 млрд.\$, Європейський банк реконструкції та розвитку - 39 проектів на 671,1 млн. \$, Європейський Союз - 139 проектів на 326,5 млн. \$. Серед найбільших донорів також Німеччина - 26 проектів на 206,9 млн \$, Канада - 20 проектів на 150,3 млн \$ и Японія - 7 проектов на 20,9 млн \$.

Для України, яка є аграрною країною важливими є проекти, які спрямовані на розвиток сільського господарства. За 2014-2017 р.р. в

Україні було впроваджено 16 проектів на загальну суму понад 20 млн. \$, та у даний час впроваджуються ще 10 проектів на загальну суму фінансування біля 54,5 млн. \$. Перелік проектів наступний:

1. Кредитування сільськогосподарських виробників
2. Надання консультацій Україні з питань аграрної торгівлі – в рамках Угоди про поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі (ПВЗВТ) між ЄС та Україною
3. Німецько-український агрополітичний діалог
4. Програма підтримки аграрного і сільського розвитку в Україні
5. Проект розвитку зерносховищ та сільськогосподарських кооперативів в Україні
6. Розвиток молочного бізнесу в Україні
7. Розвиток органічного ринку в Україні
8. Створення німецько-українського аграрного демонстраційного та навчального центру
9. Створення системи контролю за безпекою харчових продуктів на основі оцінки ризиків у циклі виробництва та збуту молочних продуктів
10. Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва

Ці проекти спрямовані на поліпшення та адаптацію нормативно-правової бази виробництва та збуту сільськогосподарської продукції до міжнародних стандартів, зокрема до Європейського союзу, а також на безпосередню роботу з виробниками сільськогосподарської продукції.

За даними досліджень на долю виробництва деяких видів продукції в приватному секторі, в домогосподарствах, припадає до 70% від загального обсягу виробництва. При цьому для деяких малих та середніх виробників виробництво продукції є єдиним джерелом доходу та існування. Враховуючі ці фактори багато проектів спрямовують свою допомогу на розвиток саме приватного сектору, малих та середніх виробників сільськогосподарської продукції, особистих селянських господарств. Ці проекти спрямовані на вирішення наступних проблем, які притаманні цієї категорії виробників:

1. Відстороненість від організованих ринків збуту продукції та ізольованість від ланцюжків поставок продукції.
2. Обмежений доступ до високоякісних МТР.
3. Низька врожайність і продуктивність праці.
4. Обмежений доступ до фінансових ресурсів.

Загальними рисами усіх проектів МТД, які працюють з МСБ є те, що вони спрямовані на роботу з групами виробників, намагаючись об'єднати та скооперувати їх ту чи іншу формальну чи неформальну форму об'єднання.

Зерновий та молочний проекти роблять ставку на роботу з офіційними структурами, створюючи офіційні об'єднання та кооперативи. У роботі з виробниками молока та зерна ситуація дещо простіша з точки зору виробництва одного і того самого виду продукції: зерно або молоко. Цю продукцію можна змішувати,

зберігати та переробляти в одному місці. Вирішення питання кооперації полягає у об'єднанні виробників навколо стандартного зберігаючого або переробного обладнання

Інша справа у роботі з плодоовочевою продукцією. Ця галузь виробництва охоплює значно більший асортимент продукції та має багато її сортів. Разом з цим усі виробники плодоовочевої продукції вирощують невеликий обсяги всілякої продукції намагаючись диверсифікувати виробництво та таким чином застрахувати себе від коливання цін та невизначеності кон'юнктури ринку.

Для вирішення завдання кооперування виробників плодоовочевої продукції Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва(УПБРП) обрав модель «Фірма-лідер». Основне завдання у роботі згідно цієї моделі є пошук компанії, які мають постійний ринок збуту своєї продукції, та разом з цим знають, що ринок потребує її ще. У даному випадку ця компанія може збільшувати обсяги власного виробництва, але разом з цим зростуть операційні витрати. Інший шлях задовільнена потреб ринку фірмою-лідером – пошук дрібних виробників, які виробляють таку саму продукцію, та пошуку шляхів їхньої інтеграції в існуючу систему збуту. При виконанні таких умов УПБРП надає консультаційну та грантову підтримку як фірмі-лідеру так і дрібним виробникам, які з нею співпрацюють. Таке поєднання забезпечує обидві сторони договорами, одних на збут продукції, інших на її виробництво.

За планами Міністерства економічного розвитку в 2018 році Україна від міжнародних партнерів отримає 2,4 млрд грн. Дуже важливим при отриманні цих грошей та впровадженні проектів міжнародної технічної допомоги мати на увазі, що ніякий донор та зовнішній експерт не дасте пораду, яка може бути стовідсотково впроваджена в аграрну та будь-яка іншу галузь. Місцеві фахівці повинні взяти кращий досвід інших країн адоптувати його до українських реалій зробити тестування ідей, та лише після цього використовувати той чи інший підхід при повноцінному впровадженні.



Череп Алла Василівна,

декан економічного факультету, завідувач кафедри фінансів та кредиту Запорізького національного університету, академік Академії економічних наук України, Академії наук вищої освіти України, заслужений діяч науки і техніки України, доктор економічних наук, професор

Необхідність формування інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва шляхом створення бізнес-інкубаторів на теренах запорізького регіону

На сучасному етапі Україна переживає складний процес повного реформування свого правопорядку і його адаптації до нових соціально-економічних умов. Перехід до нового типу економічних відносин є неоднозначним і суперечливим. Особливо багато проблем виникає при вирішенні питань керування, контролю та здійснення підприємницької діяльності в умовах сучасної економічної ситуації.

Сфера підприємницької діяльності представляє собою особливий механізм соціально-економічного життя населення, який стимулює розвиток конкуренції, запровадження великими компаніями нової техніки і технології виробництва, покращення ефективності та якості виробництва та економічної ситуації в країні в цілому. Політика держави, направлена на регулювання підприємницької діяльності, полягає в збалансуванні інтересів держави та підприємництва, оптимальних умов для бізнесу та збільшення конкурентоздатності малого підприємництва [1].

В даний час інноваційна діяльність розглядається як найважливіший ресурс виробничо-технологічного та соціального розвитку та підвищення конкурентоспроможності нашої країни, це обов'язкова умова збереження і інструмент мобілізації її науково-технічного потенціалу для вирішення проблем країни. Для досягнення результату Україні потрібно спиратися на світовий досвід.

На нашу думку, основна мета розвитку підприємництва в Україні полягає у якісно сформованій програмі підтримки. Малі і середні підприємства є важливим чинником соціальної стабільності в Україні, вони забезпечують зайнятість та доходи значного числа громадян. Серед розвинутих країн найбільша кількість малих підприємств зосереджена в США, Японії, Італії. В Україні найбільша кількість малих та середніх підприємств сконцентрована у торгівлі та громадському харчуванні, промисловості, будівництві, транспорті та зв'язку, сільському господарстві.

Роль держави у сфері розвитку підприємництва полягає в тому, щоб створювати зрозумілі та рівні для всіх правила поведінки на ринку. І підтримка малого підприємництва пов'язана з необхідністю компенсації нерівних умов, в яких перебувають суб'єкти малого підприємництва порівняно з великими підприємствами, а також з допомогою тим особам, що розпочинають власну справу.

Формуючи інфраструктуру підтримки малого та середнього підприємництва шляхом сприяння створенню бізнес-інкубаторів та бізнес-центрів, органи місцевого самоврядування можуть отримати додаткові ресурси й переваги у сфері розвитку своїх регіонів. Створюються нові робочі місця як у адміністрації самого бізнес-інкубатора, так і в розміщених на його території підприємствах [2].

В даний час більшість вітчизняних малих підприємств, володіючи досить високим інноваційним потенціалом, забезпечують стійке зростання конкурентоспроможності економіки. При оцінці інноваційного потенціалу малого підприємства слід враховувати, що малий бізнес інноваційний за своєю природою. Дане твердження доводить велика гнучкість, мобільність і висока адаптивність малих підприємств, багатоплановий характер їх мотиваційних спонукань до інноваційної діяльності, обумовлений як економічними, так і неекономічними факторами.

Внаслідок стрімких змін ринкової кон'юнктури, особливого значення набуває фактор часу: що актуально сьогодні, завтра безповоротно застаріває, тому важливо використовувати сучасні технології підтримки малого підприємництва. Таким чином, підтримка малого бізнесу повинна бути комплексною і своєчасною.

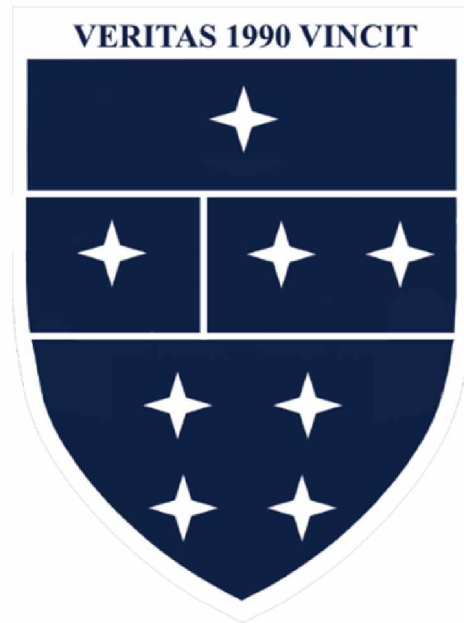
Для збереження і розвитку інноваційного потенціалу малих підприємств важливо створити для його суб'єктів сприятливе і комфортне середовище. Комплекс заходів щодо розвитку і підтримки

малого інноваційного підприємництва має передбачати створення інфраструктури малого підприємництва і, зокрема, бізнес-інкубаторів.

Бізнес-інкубатор, як один з видів спеціалізованої інфраструктури підтримки малих підприємств, бере на себе вирішення організаційних та методичних завдань, необхідних для успішного розвитку підприємства на початковому етапі за допомогою внутрішніх ресурсів, а також через мережу зовнішніх контактів [3].

У процесі організації бізнес-інкубатора важливим є створення діючої мережі організацій, установ і суб'єктів господарювання різних форм власності, які можуть впливати на економічний розвиток регіону. Створення бізнес інкубатору має бути не тільки застосуванням нової ідеї, а конкретно визначеною програмою з підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва.

Тому, Правлінням бізнес-інкубатору «БІ- Запоріжжя» за підтримки Запорізької державної обласної адміністрації та Регіонального фонду підтримки підприємництва в Запорізькій області було прийнято рішення щодо створення бізнес-інкубатору на базі Таврійського державного агротехнологічного університету.



Карман Сергій Вікторович,

декан факультету економіки та бізнес ТДАТУ, завідувач кафедри економіки, кандидат економічних наук, доцент

Створення бізнес-інкубаторів, як інструмент сприяння розвитку малого та середнього бізнесу

Якщо розглянути державну економічну політику країн з розвиненою економікою, то серед достатньо широкого кола методів, інструментів та завдань можна виділити одну загальну спільність – сприяння розвитку малого та середнього бізнесу. Пріоритетом макроекономічного розвитку цих країн є формування середнього класу – економічно та соціально активної частини громадян, яка покладається на свої знання для самозабезпечення і, як наслідок, має сталі доходи і високий рівень економічної безпеки. Середній клас не є однорідним соціальним утворенням, але представники малого та середнього бізнесу є пріоритетною його складовою. Починаючи з 2012 року в Україні відбуваються позитивні зрушення у формуванні сприятливого мікроклімату для підприємництва (рис. 1).

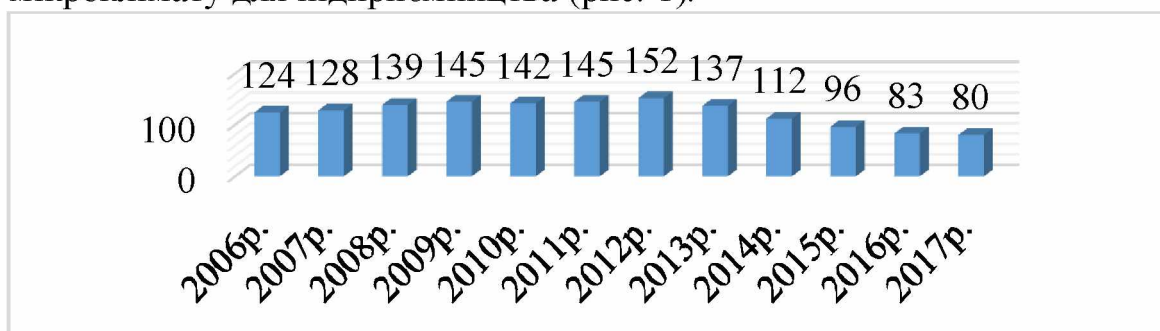


Рис. 1. Динаміка індексу простоти ведення підприємницької діяльності *Doing Business* для України [1]

Але, якщо проаналізувати перелік головних індикаторів індексу Doing Business (створення підприємств, отримання дозволу на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, процедура банкрутства) та методику їх визначення, то можна виділити три ключових недоліка. По-перше, рейтинг формується по даним одного міста, яке визначається як найбільший діловий центр країни, тому не може однозначно екстраполюватися на всю країну. По-друге, індекс не враховує загальний стан та структуру фінансової системи країни. По-третє, не враховується тіньовий сектор як індикатор бізнес середовища. Саме за третьою складовою оптимізм стосовно покращення бізнес-клімату повинен бути стриманим (рис. 2).

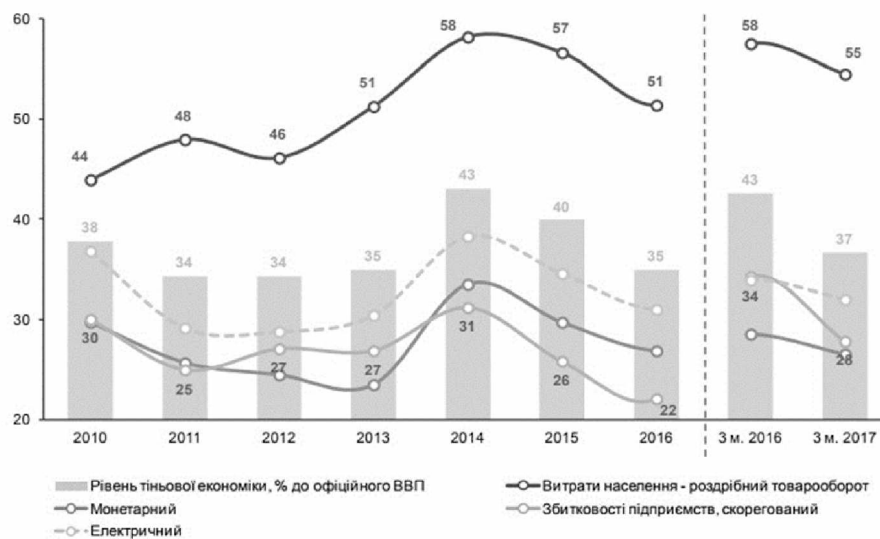


Рис. 2. Динаміка рівня тіньової економіки за окремими методами, % від обсягу офіційного ВВП*

Джерело: розрахунки Мінекономрозвитку

За даними міжнародної Асоціації дипломованих сертифікованих бухгалтерів влітку 2017 року Україна посідала третє місце за рівнем тіньової економіки. Гірше позиції тільки у Нігерії та Азербайджана [2]. Динаміка рівня тіньової економіки за різними методами визначення від 28% до 55% однозначно вказує на існування суттєвих проблем з веденням бізнесу. Слід зазначити, що поряд з недовірою до влади, відсутністю фінансової стабільності, мінливістю законодавства, важливою складовою є низький рівень свідомості самих підприємців. В цій ситуації, на наш погляд, створення бізнес-інкубаторів, є інструментом комплексного вирішення проблеми. Соціально активним громадянам, що прагнуть розпочати власну справу, надається безоплатна інформаційно-консультативна та практична підтримка і, водночас, закладаються основи соціальної відповідальності бізнесу.



Коноваленко Анастасія Сергіївна,
координатор проекту «Бізнес-інкубатор ТДАТУ», кандидат
економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу ТДАТУ

Підприємці покоління Y

Учасниками «Бізнес-інкубатору ТДАТУ» стає молодь віком від 18 до 35 років, які народились з 1981 до 2000 рр. Саме покоління цього віку дослідники називають «покоління Y» або мілленіалами. Поступово зі збільшення представників покоління Y на ринку праці будуть відбуватись зміни й у характері підходів до праці та особливостях ведення бізнесу. Молодь віком 18-35 років стає активним учасником суспільних процесів, стає на чолі підприємства та започатковує власний бізнес. Звичайно ж, бізнес набиратиме загальні риси та характеристики, які притаманні такому підприємцю з покоління Y.

Все більших масштабів набиратиме малий бізнес. Експерти стверджують, що для представників покоління Y стабільність у роботі для них відходить на другий план. Більш за все вони прагнуть самореалізуватись та зробити світ кращим. З цим пов'язана їх найголовніша проблема – це завищені очікування від життя, які до того ж підсилюються впливом розвитку інтернету та технологічного буму. У підходах до організації власної справи покоління Y обиратимуть таку сферу діяльності, яка більше буде відповідати їх особистим прагненням, ніж вимогам та очікуванням ринку. Крім того, прогнозується зростання кількості товарів вітчизняного виробництва на

ринку, адже покоління Y обирає товари відомих брендів, до яких вже є довіра та переважно товари вітчизняного виробництва.

Підприємці покоління Y обиратимуть стабільність, вступатимуть до шлюбу, плануватимуть власний бюджет. Вони схильні здійснювати раціональний вибір та не схильні до спонтанних рішень. Вони планують своє життя на декілька років вперед. Вони витрачатимуть гроші на авто, подорожі та придбання житла. Найбільшу частку витрат складатимуть продукти харчування, засоби особистої гігієни та косметичні засоби.

Розвиток Інтернет-технологій для бізнесу набиратиме масштаби. Покоління Y не уявляє світ без інтернету. Найпопулярнішими каналами комунікацій будуть месенджери та соціальні мережі. Отриману інформацію нове покоління підприємців схильне перевіряти, вони цінуватимуть об'єктивну інформацію та ненав'язливу рекламу, вважатимуть яскраві та місткі тексти найкращим джерелом інформації. Це суттєво змінить ринок реклами та маркетингових послуг.

Бізнес стане масштабним та не матиме географічних обмежень. Нове покоління підприємців розуміє переваги знання іноземних мов та впевнено крокує на нові ринки. Підприємці покоління Y не бояться звернути на себе увагу, вільно висловлюють власні думки та ідеї. Однак найчастіше вони не здатні презентувати себе, що ускладнюватиме процес презентації з власних бізнес-проектів. Дослідники стверджують, що підприємці нової ери іноді не бачать взаємозв'язків між явищами та процесами, вони не зможуть розмежувати факти та на їх підставі зробити висновки. Однак, вони мають свою позицію та неподатливі в роботі. Якщо попереднє покоління X прагнуло кар'єрного росту, а тому й приділи багато уваги роботі, то покоління Y теж орієнтовано на кар'єру, однак вони будуть трудоголіками й підтримують баланс між особистим життям та професійною самореалізацією.

За прогнозами до 2025 року на ринку праці буде спостерігатись значний дефіцит фахівців технічних спеціальностей у загальносвітових масштабах. Майбутні менеджери з покоління Y перетворять робочі місця у відкритий простір з максимально гнучким робочим графіком. Експерти прогнозують початок так званої ери hotelling, коли на десять співробітників достатньо буде забезпечити шість робочих місць. Однак тоді вже на ринку праці з'являтимуться представники покоління Z, народжені після 2000 р. Таким чином, підприємці покоління Y не доводитимуть значущість власних ідей, а бізнес стане своєрідним інструментом такої самореалізації. Звичайно, не враховані об'єктивні комплексні ризики та кон'юнктуру ринку будуть призводити до очікуваних негативних наслідків.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Андрєєва Л.О., к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет

Враховуючи постійно зростаючий динамізм умов господарювання та посилення конкуренції стають дуже важливими питання пошуку підприємствами способів (засобів, правил, методів, принципів тощо) здійснення підприємницької діяльності, які б забезпечували не тільки задоволення потреб клієнтів, але й фінансову стабільність.

Першим кроком плануванні діяльності виробничого підприємства є визначення обсягів виробництва продовольства відповідно до реально можливих потреб. При цьому враховується відповідність між обсягами виробництва, зберігання продукції, її транспортування й реалізації, відповідність між вартістю кінцевої продукції та платоспроможним попитом на неї.

Підставою для встановлення планових показників є фактичні показники діяльності попереднього року або декількох років. Тобто перспективне планування діяльності підприємства здійснюється на підставі екстраполяції. Складовою перспективного річного плану є оперативні помісячні плани.

Груповий асортимент виробництва розробляється на підставі встановленого попиту на продукцію, який визначає служба маркетингу підприємства. Таким чином, вся виробнича діяльність підприємства націлена, головним чином, на задоволення потреб споживачів.

Кількісна потреба виготовлення продукції визначається на підставі щоденних замовлень з торговельних місць мережі, діяльність яких є підставою для вивчення впливу наявного асортименту продукції, її якості та ціни на попит споживачів. На підставі вищезазначеного плануються кінцеві результати діяльності підприємства, а саме прибуток.

Кінцеві показники виробництва встановлюються окремо по кожному виду виготовленої продукції на підставі показників діяльності виробничого періоду поточного року, що передує плановому, а також з урахуванням аналогічного періоду попереднього року, і розраховуються щомісячно.

Кожен місяць здійснюється аналіз виробничих результатів, підставою для якого є аналізи виробництва та реалізації (в тому числі аналіз беззбитковості виробництва), які проводяться кожен день. Відділ бухгалтерського обліку проводить досконалий аналіз собівартості виробленої продукції, на підставі якого визначаються статті витрат, що зросли, та ті, які зменшилися.

Наприкінці місяця проводиться виробнича нарада, на якій

визначаються відсталі позиції, щодо яких вживаються заходи.

Планування виробничої програми підприємства будується як на вартісних, так і на натуральних показниках.

У натуральному виразі планується номенклатура та асортимент продукції, тобто ті атрибути, які безпосередньо цікавлять споживача. Перевага натуральних показників полягає в такому:

1. Завдяки їм забезпечується такий об'єктивний підхід до оцінювання роботи підприємства, як наочність, тобто можливість підприємства задовольняти потреби ринку в кожному конкретному виді продукції.

2. Через систему натуральних показників на підприємстві дають об'єктивну оцінку ступеню використання виробничих потужностей, а також ефективності використання ресурсів.

3. Натуральні показники є також основою визначення валового випуску продукції.

Вартісними показниками, які показують загальний обсяг виробництва на підприємстві, є товарна продукція в незмінних (порівнянних) і поточних оптових цінах.

Система натуральних і вартісних показників є підставою для опрацювання на підприємстві заходів щодо вдосконалення структури виробництва, асортименту і якості продукції.

Оціночними показниками, що характеризують ступінь розвитку та зрілості прямих та зворотних зв'язків внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, є:

- динаміка, темпи та обсяги виробництва продукції в натуральному та вартісному виразі – темп зростання обсягів виробництва та відповідно зростання розмірів виручки, отриманої від реалізації виробленої продукції;

- фактичні зрушення в забезпеченні потреб регіону в загальних обсягах і в розрахунку на душу населення – відповідність обсягів та якості продукції встановленим нормам та нормативам;

- ступінь задоволення платоспроможного попиту – забезпечення продукцією, що пропонується на ринку, реальних потреб споживачів відповідно до їх соціального стану;

- рівень використання виробничих потужностей і ресурсів сировини – 100-відсоткова відповідність завантаження виробничих потужностей необхідною кількістю сировини;

- собівартість, рентабельність і ціна продукції – визначення рівня собівартості продукції, який дає змогу встановити відповідні ціни на неї, що задовольняють вимоги споживачів та забезпечують високий рівень рентабельності виробництва.

Досягнення найдоцільнішого рівня значень вищезазначених показників можливе лише при високому ступені розвитку та зрілості прямих та зворотних зв'язків внутрішнього та зовнішнього середовища

підприємства, що передбачає спроможність правильного та всебічного розуміння, в першу чергу керівництвом, впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність підприємства, що функціонує в ринковому просторі

МАЛОБЮДЖЕТНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Арестенко Т.В. к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Арестенко В.В. к.е.н., доцент

Київська державна академія водного транспорту

Одним найважливіших напрямків маркетингової діяльності на малих підприємствах є маркетингова комунікаційна діяльність, яка забезпечує рішення таких питань як формування попиту та стимулювання збуту. Цілеспрямований вплив на ринок шляхом використання інструментів маркетингових комунікацій забезпечує підприємствам формування і підтримку взаємозв'язків, взаєморозуміння та співробітництво між організацією та її цільовими групами, що є одним з ключових факторів успіху в діяльності малого підприємства. Однак, варто відмітити, що на сьогоднішній день не тільки комплекс маркетингових комунікацій, але і його окремі інструменти малими підприємствами реалізуються не в повному обсязі, що пов'язано, в першу чергу, з обмеженим маркетинговим бюджетом.

В таких умовах компанії повинні підібрати такі засоби просування, які забезпечать швидкий вплив на динаміку продажів і при цьому залишаться низьковитратними. Малобюджетне просування здатне реалізувати всі основні види маркетингово-рекламної діяльності: від вибудовування взаємин із засобами масової інформації до різних способів залучення й утримання клієнтів.

Під малобюджетними маркетинговими комунікаціями розуміється весь комплекс дій по взаємодії з ринком згідно зі стратегією мінімізації інвестицій в маркетингові заходи або в умовах недостатньої кількості персоналу, обмеженого маркетингового бюджету, або меншого по відношенню до аналогічних компаній.

В таблиці 1 наведено основні рекомендовані напрямки та інструментарій малобюджетних технологій маркетингових комунікацій.

Таблиця 1
Основні напрями та інструментарій малобюджетних технологій
маркетингових комунікацій

Напрямки малобюджетних маркетингових комунікацій	Інструменти
Вірусний маркетинг	Відеокліпи, відеофайли
	Мультимедійні листівки
	Провокаційні статті та зображення
	Блоги, розважальні мікросайти
	Онлайн сервіси
Малозатратна реклама в друкованих та інтернет-виданнях	Розміщення інформації на форумах і безкоштовних дошках оголошень в мережі Інтернет
	Розміщення інформації в газетах безкоштовних оголошень
Малобюджетні зв'язки з громадськістю	Виступ в пресі в якості експерта
	Виступ на конференції та зустрічі громадських і професійних організацій
	Формування груп в соціальних мережах
	Флешмоби
Малобюджетне просування	Впровадження товару в повсякденне життя з використання фіктивних «щасливих покупців»
	Графіті
SBS-маркетинг (в тому числі телемаркетинг)	Масовий дзвон
	Експрес-опитування

Однією з переваг використання малобюджетних технологій маркетингових комунікацій є стрімке збільшення кількості рекламних носіїв та каналів комунікацій. Особливо популярними та ефективними сьогодні є такі малобюджетні інструменти маркетингових комунікацій в соціальних мережах, як:

- просування, засноване на "вірусному ефекті";
- створення тематичних спільнот;
- створення сторінки фізособи – представника організації;
- використання безкоштовних дошок-об'яв;
- створення груп, присвячених компанії в цілому;
- створення спільнот, присвячених конкретній події;
- створення сторінки менеджера по продажах, PR-менеджера;
- створення сторінки керівника компанії.

Малобюджетний маркетинг можуть використовувати як малий, так і середній, і навіть великий бізнес. Для малого бізнесу це вдалий

підхід до просування своїх товарів і послуг через свою маловитратність і оперативність, для середнього - це можливість розширити сферу свого впливу, а для великого - залучити ту частину цільової аудиторії, яку вдалося зацікавити звичайними методами реклами.

ПАРАМЕТРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПЛОДІВНИЦТВА

Болтянська Л.О., к.е.н., доцент,
Таврійський державний агротехнологічний університет

Основним резервом збільшення виробництва плодів є підвищення продуктивності насаджень. Провідні її напрямки в садівництві зводяться до інтенсифікації. Інтенсифікація садівництва являє собою основну форму розширеного відтворення, яка шляхом оптимізації обсягів і засобів виробництва продукції, раціонального їх використання, удосконалення технології і організації виробництва забезпечує збільшення виробництва високоякісної продукції з одного гектара насаджень плодових культур, зниження собівартості і трудомісткості продукції.

Виведення нових сортів плодових культур, розробка високоефективних типів насаджень, підбір сортових комбінацій ось перспективні напрями підвищення продуктивності насаджень в сучасних умовах є

Ринкові умови висувають ряд вимог до сортового складу промислових садів. Здійснення ретельного відбору найбільш ефективних типів сортів плодово-ягідних культур проводиться для конкретних природно-економічних умов з врахуванням цілей підприємства. При цьому продуктивність не є основним показником, оскільки досягається в результаті різних затрат, а враховуються типи і сорти насаджень, що забезпечують зниження трудомісткості садівництва.

Тому, основне завданням економічної оцінки сортів полягає у визначенні його економічної ефективності і доцільності вирощування в конкретних умовах. Оскільки сорти однієї тієї ж породи різняться між собою урожайністю, скороплідністю, строками дозрівання, якістю, стійкістю до шкідників і хвороб, строками зберігання, транспортабельністю тощо.

Економічна оцінка різних типів насаджень і сортів плодово-ягідних культур визначається комплексом показників, який поділяється на 2 групи:

- перша характеризує матеріальні і трудові витрати – собівартість продукції, трудомісткість і рівень рентабельності;
- друга характеризує ефективність використання землі –

урожайність, валова продукція, доход в розрахунку на 1 га насаджень.

Для економічної оцінки різних типів і сортів насаджень необхідно використовувати дані за максимально можливою кількістю років не менш як за 4-6 років. Розрахунки економічної оцінки типів насаджень і сортів доцільно виконувати в наступній послідовності: по - перше визначають строки переводу багаторічних насаджень в групу плодоносних, питомі капітальні вкладення і витрати праці на їх створення, виробничі витрати і витрати праці, урожайність за всі роки. По - друге – вартість продукції за цінами реалізації, собівартість 1 ц плодів і ягід, прибуток, трудомісткість і рівень рентабельності, коефіцієнт економічної ефективності і строк окупності.

Економічне оцінювання сортів найкраще здійснювати в період повного плодоношення на підставі даних про кількість і якість продукції. Проводити оцінку сорту необхідно в цілому по породі та в межах кожної групи сортів за строками дозрівання. Це надає можливість визначення вигідних сортів для кожного періоду дозрівання.

З економічних показників оцінки сортів головними є рентабельність і сума прибутку в розрахунку на 1 га плодоносних насаджень. Крім того, важливим є визначення урожайності, вартості валової продукції з 1 га, затрати праці на 1 ц продукції, собівартість 1 ц, строк окупності.

Методика визначення цих показників наступна:

Вартість валової продукції з 1 га визначається за фактичними цінами реалізації продукції даного сорту на підприємстві, або в постійних цінах 2010 р.

Собівартість 1 ц продукції досліджуваного сорту визначають з врахуванням виробничих витрат на догляд за насадженнями (за мінусом витрат на збирання) та витрат на збирання урожаю конкретного сорту.

Обсяг виробничих витрат по догляду за насадженнями в розрізі сортів однієї й тієї ж плодової (ягідної) культури майже однаковий, проте різниця складається залежно від їх урожайності по сумі виробничих витрат нового сорту буде відмінною від суми витрат на величину затрат на збирання урожаю нового сорту.

Трудомісткість виробництва сортів плодових культур визначають аналогічно собівартості продукції, тобто з врахуванням витрат праці на збирання урожаю нового сорту.

Прибуток з 1 га досліджуваної породи або сорту визначають множенням прибутку в розрахунку на 1 ц (різниця між середньою ціною і повною собівартістю) на урожайність цієї породи (сорту).

Рівень рентабельності визначають як відношення загальної суми чистого доходу (прибутку) до собівартості товарної продукції.

Основу інтенсивних або екстенсивних систем ведення

садівництва складають типи плотво-ягідних насаджень. Під типом насаджень розуміють загальну техніко-економічну характеристику саду, яка включає форму крони дерев, схему їх висадки, сортову та підщепну комбінацію тощо.

Типи плодових і ягідних насаджень, як найбільш динамічні фактори технології промислового садівництва, під впливом ряду економічних факторів постійно змінюються. В сьогоdnішній час в садівництві використовують декілька типів крон промислового значення: для зерняткових порід – сади з округлою кроною з загущеною висадкою, пальметні, площинною кроною, шпалерно-карликові; для кісточкових порід – сади з округлою і площиною кроною дерев.

Визначений тип насаджень не може бути універсальним. Окремо обраний тип може бути достатньо ефективним в одному регіоні і одночасно поступатися показниками ефективності в іншому. Досвід показує, що шпалерно-карликові та напівкарликові сади є високоінтенсивними в південних регіонах України, водночас в північних областях краще показали себе пальметні сади інтенсивного типу. Тому, вибір інтенсивного типу плодово-ягідних насаджень залежить від конкретних природно-економічних умов і мети виробництва.

Проведені Інститутом садівництва УААН, дослідження з економічної ефективності багатьох типів садів в різних природно-економічних зонах України визначили комплекс показників економічної оцінки типів насаджень. До цих показників відносять: капітальні вкладення на створення 1 га насаджень (балансова вартість 1 га насаджень); затрати праці на створення 1 га саду; рік вступу їх у товарне плодоношення; урожайність плодів – за 4-6 років, у тому числі вищий і перший товарні сорти у відсотках до валового збору; виробничі витрати на 1 га насаджень; собівартість реалізації 1 ц плодів; витрати праці на виробництво 1 ц плодів; прибуток з 1 га саду; рівень рентабельності виробництва продукції; коефіцієнт економічної ефективності капітальних вкладень у створення насаджень; строк окупності, років.

Рік вступу саду в товарне плодоношення залежить від біологічних особливостей плодових культур, високого рівня агротехнічних заходів. Дослідженнями встановлено, що переводити молоді насадження в категорію плодоносних найдоцільніше в кінці того року, в якому вартість одержаної продукції за фактичними цінами її реалізації перевищує всі витрати поточного року, з врахуванням витрат на догляд за молодими насадженнями, витрат на збирання і умовної суми амортизаційних відрахувань з балансової їх вартості. Тільки після одержання такого врожаю молоді сади числитимуться у складі плодоносних.

Балансова вартість плодово-ягідних насаджень складається з суми капітальних вкладень (інвестицій) на створення садів. До витрат відносять: витрати на підготовку земельної ділянки, садіння саджанців (маркування площі, копання ям, внесення органічних і мінеральних добрив); витрати по догляду за молодими насадженнями (з року садіння до вступу їх в категорію плодоносних); вартість проектно-кошторисної документації на влаштування садів, ягідників; орендна плата за землю. Для оцінки економічної ефективності капітальних вкладень у багаторічні насадження обов'язково враховують середній час трансформації капітальних вкладень. Цей показник характеризує середню тривалість часу, протягом якого капітальні вкладення використовуються в інвестиційному процесі та визначає доцільний тип плодових насаджень серед декількох варіантів за найменшою величиною. Середній період трансформації капітальних вкладень дозволяє визначити період обов'язкових вкладень і суму інвестицій для створення саду.

Основні показники ефективності капітальних вкладень (інвестицій) у створення садів в роки їх плодоносного використання є коефіцієнт економічної ефективності і строк окупності. У випадках, коли важно визначити кращий варіант за економічною ефективністю капітальних вкладень, доцільним може бути використання показника приведених витрат. Приведені витрати визначають як за повною сумою капітальних вкладень і виробничих витрат, так і за питомими величинами (на 1 га, 1 ц).

Для повної оцінки економічної ефективності капітальних вкладень (інвестицій) у створення плодово-ягідних насаджень використовують також додаткові показники, а саме обсяг валової, товарної продукції, матеріаломісткість і енергомісткість.

Інтенсивним є сад, в якому при оптимальному співвідношенні основних виробничих фондів, оборотних засобів і засобів праці досягається більш висока ефективність виробництва порівняно з найбільш поширеним типом насаджень в конкретних природно-економічних умовах. Проведення економічної оцінки культур різних порід і сортів надасть можливість визначити в найкоротші строки найбільш економічно ефективні види плодових культур. Це, в свою чергу, дозволить товаровиробнику цілеспрямовано використовувати інвестиції і в подальшому уникнути вирощування неприбуткових та неконкурентоспроможних порід і сортів плодових культур.

ДОСВІД КАФЕДРИ «ТЕХНІЧНІ СИСТЕМИ ТЕХНОЛОГІЙ ТВАРИННИЦТВА» ПО ВИРОЩУВАННЮ ПЕРЕПЕЛІВ

Болтянський Б.В., к.т.н., доцент

Дереза С.В., ст. викладач

Таврійський державний агротехнологічний університет

У 2013 році на кафедрі «Технічні системи технологій тваринництва» була створена лабораторія по вирощуванню перепелів. Процес вирощування птиці містить в собі дві складові: утримання і розведення.



Для утримання птиці власними силами співробітників кафедри була підготовлена спеціальна лабораторія, яка знаходиться у підвальному приміщенні. Було переобладнано триярусну кліткову батарею для утримання курей-несучок в батарею для утримання перепелів з механізованим видаленням посліду; облаштована система водопостачання і напування птиці з використанням ніпельних автонапувалок; виготовлений брудер для дорощування молодняку; змонтована вентиляційна система для підтримання оптимального мікроклімату та система освітлення пташника з пультом автоматичного керування. Будь-яке утримання птиці вимагає щоденного догляду за нею. Воно містить в собі: приготування корму, годівлю, напування, прибирання посліду, збирання яєць, огляд птиці і розсаджування її по клітках в міру зростання.

До того ж необхідно проводити забій і обробку тушок птиці, вирощуваної на м'ясо. Все це вимагає значних витрат праці і часу. З виконанням цих завдань успішно справляється навчально-допоміжний персонал кафедри.

Але вирощування перепелів не обмежується тільки отриманням яєць і м'яса, це ще і репродукція. У зв'язку з цим на кафедрі було прийняте рішення виводити курчат у власному інкубаторі, а не проводити закупівлю ремонтного молодняку птиці. Тому для розведення перепелів, знову ж таки власними силами, був розроблений, створений і вже успішно випробуваний комбінований інкубатор-вивідник, у якому проводиться інкубація яєць і виведення

молодняку птиці.

Інкубатор являє собою агрегат, який складається з однієї камери, обладнаної комплектом лотків для укладання яєць і пристроєм для їх фіксації. В інкубаторі є вентилятори для циркуляції повітря всередині камери, мікропроцесорний прилад, що регулює повітрообмін, нагрівач, зволожувач і прилади для контролю, регулювання температури і відносної вологості повітря, системи охолодження, а також світлодіодне підсвічування камери, електрообладнання та сигналізація. Доречи, нагрівання повітря здійснюється за допомогою спеціального дроту з вуглецевого волокна у тефлоновій оболонці замість традиційно використовуваних повітряних нагрівачів (ТЕНів). Це технічне рішення дозволило уникнути інертності процесу нагріву і охолодження та вдвічі скоротити витрати електроенергії.

Однією з головних умов успішної інкубації перепелиних яєць є періодичне їх перевертання. Для цього в інкубаторі встановлено автоматичний пристрій, який через заданий час перевертає лотки за допомогою електропривода з ланцюговою передачею.

Основною проблемою, пов'язаною з підтриманням температурного режиму в інкубаторі, є різниця температур на нижніх і верхніх лотках. Це явище називається конвекцією, коли тепле повітря піднімається вгору, а холодне опускається донизу. В інкубатор вмонтовані три датчики температури. Завдяки цьому температура контролюється на нижньому, середньому та верхньому лотках. Якщо температура піднімається вище заданої – вмикається вентилятор, який охолоджує верхні лотки і запобігає їх перегріву. У разі зниження температури на нижніх лотках – вмикається підігрів через нагрівальний дріт. Це забезпечує швидкий і рівномірний підігрів інкубатора.

Завдяки автоматичному керуванню в інкубаторі постійно підтримується необхідна температура, що є головною умовою успішної інкубації перепелиних яєць.

Під лотками інкубатора розміщена ємність з водою, яка необхідна для формування оптимальної вологості повітря. Рівень води автоматично підтримується за допомогою поплавкового механізму, а рівень вологості забезпечується мембранним випарником. Для контролю вологості повітря в інкубаторі встановлений спеціальний датчик.

Наступним етапом стало розробка технічних рішень по утилізації посліду, що надасть можливість часткового вирішення екологічної і енергетичної проблем. Вихід з цих проблем ми знайшли в гранулюванні посліду.

Користь від гранульованого посліду полягає в наступному: в готовому продукті немає насіння бур'янів, яєць і личинок шкідливих мікроорганізмів; є всі необхідні мінеральні речовини для розвитку

рослин; готовий продукт не спресовується при зберіганні; необмежений термін придатності; вважається екологічно чистим продуктом; не токсичний; при внесенні в ґрунт підвищує врожайність до 35%; скорочує термін дозрівання городніх культур до 2...3 тижнів; підвищує стійкість рослин до хвороб.

Технологічний процес створення гранул з посліду наступний: сировину просушують, а потім спресовують. Після пресування гранули можна використовувати за призначенням.

Гранулятор також власної конструкції складається з рами, приводу (електродвигун потужністю 11 кВт, муфта, редуктор), бункеру і пресувальної камери. Її основа – циліндрична, горизонтально розміщена, нерухома матриця і два рухомі вальці. Частина вузлів гранулятора – електродвигун, муфта, редуктор «знайшлись» в лабораторії кафедри, а інші – раму, матрицю і вальці виготовили самотужки. Як виявилось на практиці, після деяких доробок, гранулятор показав наступні дані: продуктивність – 0,15...0,2 т/год. (залежно від вологості вихідного матеріалу) і питому енергомісткість – 1,2...1,35 кВт/т.

Водночас гранульований перепелиний послід є джерелом для отримання теплової або електричної енергії при його спалюванні. Із 1 т посліду можна виробити до 1 Гкал тепла, до 3 т пари або 300...600 кВт електроенергії. Попіл, що утворюється при спалювання перепелиного посліду, є ефективним мінеральним калійно-фосфорним добривом, а також компонентом для виробництва газонасиченого бетону. Обсяги утворення попелу від спалювання можуть складати 15...25%.

Апробацію використання гранульованого перепелиного посліду в якості палива було проведено на спеціально розробленому спеціалістами кафедри обладнанні. Основою його є високоефективний паливний котел власного виробництва. Особливістю роботи котла є те, що за рахунок природньої конвекції енергоносія в системі відпадає необхідність включати до складу обладнання насос для його циркуляції. Корисна потужність котла склала 10кВт, що виявилось достатньо для обігріву приміщення площею 105 м² в зимовий період року.

Отже, використання перепелиного посліду для отримання енергії можна розглядати як альтернативу переробці його в органічні добрива в господарствах, які не мають в достатній кількості власних земель сільськогосподарського призначення.

ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У КАНАДІ

Бончужна Є.Ф., студентка 11 МБ МК

Таврійський державний агротехнологічний університет

Науковий керівник – к.е.н., ст.викладач

кафедри маркетингу Коноваленко А.С

Однією з передумов успішного впровадження інвестиційно-інноваційної моделі розвитку національної економіки є ефективна державна інноваційна політика.

Державна інноваційна політика – це сукупність форм і методів діяльності держави, спрямованих на створення взаємопов'язаних механізмів інституційного, ресурсного забезпечення підтримки та розвитку інноваційної діяльності, на формування мотиваційних факторів активізації інноваційних процесів. Метою інноваційної політики є формування у країні таких умов для діяльності господарюючих суб'єктів, за яких вони були б зацікавлені та спроможні розробляти й виготовляти нові види продукції, впроваджувати сучасні наукомісткі, екологічно чисті технології та розширювати на цій основі свої ринки збуту

Розвиток інноваційної системи Канади почалося в середині 1940-х рр. та було багато в чому пов'язано з успіхами США в тій же сфері. До цього часу були створені певні передумови для розвитку науки та технологій, а саме сформована система університетської освіти, яка передбачала паралельне проведення наукових досліджень. У даний час основним документом, який регулює розвиток інноваційної системи у Канаді, вважається прийнята в 2007 році стратегія під назвою «Мобілізація науки і технологій для досягнення ринкових переваг Канади». Дана стратегія передбачає розвиток за перспективними напрямками: заходи їх захисту навколишнього середовища та екології; енергетика та раціональне використання природних ресурсів; медицина та інформаційні технології.

У сучасній структурі управління інноваціями Канади відсутній єдиний орган управління на федеральному рівні, а функції щодо стимулювання досліджень розподілені між урядами провінцій та окремими міністерствами, що найчастіше викликає бюрократичні проблеми при реалізації різних програм. Однак існує багаторозвинена, багатокомпонентна інфраструктура державної підтримки інноваційної діяльності, яка постійно удосконалюється та передбачає реалізацію таких заходів:

- надання субсидій на реалізацію проектів промислових досліджень у розмірі до половини витрат на заробітну плату науково-дослідного персоналу;
- надання податкового кредиту у розмірі 10-25% капітальних і

поточних витрат на НДДКР залежно від масштабу корпорації та її територіального розміщення;

- зменшення корпоративного податку на суму, еквівалентну частині приросту власних витрат фірми на НДДКР стосовно до попереднього рівня.

В країні затверджено програму розвитку стратегічних технологій, що передбачає фінансування в галузі інформаційних технологій, нових промислових матеріалів і біотехнології. Крім неї діє довгострокова програма допомоги в промислових дослідженнях, участь в якій беруть 60 регіональних технологічних центрів, більш як 250 місцевих відділень, лабораторій, інститутів та університетів. В межах цієї програми щорічно розв'язується 30-40 тис. технічних проблем, фінансується майже 6 тисяч проектів. Основна частина державних субсидій перерозподіляється через Національну раду з досліджень (National Research Council – NRC). Це головна урядова організація з науково-технічних досліджень, яка бере свій початок з 1916 р. Вона складається з понад 20 інститутів і національних програм, що охоплюють широкий спектр наукових дисциплін. Інститути і програми об'єднані у три великі групи: фізико-технічна; науки про життя та інформаційні технології; технології та промислові розробки.

До мети й завдань NRC входять:

- здійснення й підтримка наукових досліджень і промислових розробок, значущих для Канади;
- організація та утримання національної наукової бібліотеки, публікація та розповсюдження науково-технічної інформації;
- розробка критеріїв оцінювання, стандартів та здійснення сертифікації канадської промисловості;
- управління науково-дослідною діяльністю, включаючи гранти і внески для підтримки міжнародної діяльності NRC;
- забезпечення науково-технологічної підтримки сучасного рівня дослідного та промислового співтовариства.

Досвід Канади в сфері підтримки науково-дослідної та інноваційної діяльності у напрямках розвитку інноваційної інфраструктури, трансферу технологій, створених в інститутах і центрах може стати корисним в умовах українських реалій, та сприятиме зміцненню інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання в Україні.

ДЖЕРЕЛА ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ

Вертегел С.Я.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди (трудовий потенціал), їх майстерність та мотивація до господарської діяльності.

Виділяють джерела зовнішнього та внутрішнього набору персоналу. У кожній конкретній ситуації зовнішній чи внутрішній набір має свої переваги чи недоліки. Більшість підприємців надають перевагу внутрішньому набору, оскільки зменшуються затрати на адаптацію працівників, підвищується їхня зацікавленість до ефективної праці, покращується моральний клімат і підвищується відданість працівників підприємству. Недолік – обмежується приплив нових людей з власними поглядами, навиками і досвідом роботи, а також ризики виникнення напруги або нездорового суперництва в колективі при вирішенні службових справ.

Зовнішній набір репрезентує широкі можливості вибору, дає нові імпульси розвитку організації, фахівці не відриваються від своїх основних ділянок роботи. Разом з тим, зовнішній набір – це більш високі витрати на залучення персоналу, професійну і соціальну адаптацію працівників.

Більшість спеціалістів схиляються до того, що для успішної організації пошуку кандидатів потрібно керуватися двома основними правилами:

- а) починати пошук кандидатів в своїй організації;
- б) застосовувати не менше двох методів при залученні кандидатів зі сторони.

Форми залучення робочої сили досить різноманітні, але всі передбачають, що

- кожен претендент повинен одержати об'єктивну і повну інформацію щодо вакантного робочого місця, із зазначенням посади, рівня оплати і умов праці;

- характеристика претендента має включати перелік даних відповідно до встановлених вимог: рівень освіти, досвід роботи, «мінімальний вік», особисті якості.

Форми залучення робочої сили відрізняються залежно від категорії персоналу.

Співробітництво з державними службами зайнятості та приватними агенціями. Велику допомогу в наборі кадрів можуть надавати служби зайнятості, як державні так і приватні, що займаються добором кадрів на договірній основі. Переваги цього шляху:

- поповнення кадрів спеціалістами своєї справи, що володіють необхідною методикою;

- підбір з великого числа осіб (у картотеці до десяти тис. прізвищ);

- можливість вирішити проблему набору шляхом добору кандидатури зі сторони без реклами вакансії, що з'явилася.

Підбір через спеціалізовані фірми. Претендентів на посаду керівників або спеціалістів рідкісних професій набирають через спеціалізовані агенції кадрового консалтингу, які використовують власні банки даних про претендентів на конкретну посаду, свої фахові зв'язки, включаючи переманювання працівників з інших підприємств та організацій.

Серед такого роду фірм з працевлаштування є фірми державні (їх значно менше) і приватні, де зайняті кваліфіковані спеціалісти, підібрані пакети програм з оцінки працівників, сформовані картотеки бажаючих знайти роботу з того чи іншого профілю (як в країні, так за її межами).

Укладання контрактів із навчальними закладами. Є одним із основних форм залучення спеціалістів і кваліфікованих робітників. Часто такі замовлення є персональними, тобто робляться на конкретних випускників, уважно відібраних кадровими службами підприємства з пропозиціями проведення необхідних змін у їхній підготовці відповідно до специфіки майбутньої праці.

Співпраця з вузівськими відділами працевлаштування. Провідні підприємства часто співпрацюють з вузівськими відділами працевлаштування, які мають зв'язки із регіональною службою зайнятості свої банки даних про випускників і потреби в кадрах.

Оголошення в ЗМІ. Для набору виробничого персоналу, керівників нижчої та середньої ланок управління можливе розміщення оголошень у засобах масової інформації з наступним відбором відповідного претендента як самим підприємством, так і за допомогою консультантів з центрів кадрового консалтингу, оголошення у пресі та в спеціалізованих періодичних виданнях. Також розміщення інформації через радіо, телебачення, мережу Інтернет, розклеювання оголошень на рекламні стенди міськдовідки, розповсюдження листівок (флаєрів) в місцях, де збирається багато громадян, розміщення оголошень на бігбордах, транспортних засобах, світлових табло тощо.

Велике значення при цьому має пропаганда переваг підприємства:

- у виробничій сфері (умови праці, рівень заробітної праці);
- у соціальній сфері (можливості професійного просування).

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Голуб Н.О., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Прийняття кожного рішення – це необхідність балансу між вигодою, витратами, ризиком. Знизити ризик значною мірою допомагає системний аналіз – раціональна система послідовних операцій в аналізі конкретної ситуації.

Будь-яке управлінське рішення приймається не тільки на підставі та залежно від характеру відповідної інформації про управлінську систему, але його вибір визначається також природою управлінської інформації, яка міститься в нормах, що регламентують діяльність органів внутрішніх справ. Рішення про методи, засоби дії на управлінську систему приймаються на основі інформації про неї і згідно з управлінською інформацією нормативного характеру. У цій взаємозалежності закладені передумови та гарантії прийняття оптимальних рішень у рамках вимог законності.

Важливою передумовою підвищення ефективності управлінських рішень, що здійснюються, є визначення складу показників, які контролюються, у ході виконання рішень, результативності їх реалізації. Практика прийняття управлінських рішень значною мірою визначається традиціями і звичаями, що існують в тій чи іншій країні.

За останній час в економічній літературі, публікаціях, у засобах масової інформації з'являються твердження, що одним з найважливіших факторів успішного функціонування економіки України, оптимальної реформації базису є застосування сучасних досягнень менеджменту. Адже досвід показує, що найбільші здобутки в галузі управління належать США та Японії, і тому системи менеджменту саме в цих країнах повинні, в першу чергу, привертати увагу фахівців управління. Розумне втілення його із урахуванням особливості розвитку економіки країни та її традицій дасть можливість домогтися впровадження елементів систем ефективного управління на підприємствах, установах, банках тощо.

Управління вносить упорядкованість у процеси діяльності, організовує спільну діяльність людей, координує дії на основі інформації, яку забезпечує спеціально сконструйована система, що генерує інформаційні ресурси. Інформація – це субстрат, необхідний і обов'язковий для того, щоб оцінити ситуацію, виробити можливі альтернативи управлінських рішень відібрати найдоцільнішу з них для практичного використання. Інформаційна система сигналізує про відхилення та сбой в об'єктах управління, а менеджери реагують на них приймаючи рішення щодо нейтралізації негативних відхилень і

закріплення позитивних. Можна дискутувати про негативний чи позитивний вплив процесу інформатизації на суспільство, але треба визнати, що інформаційні ресурси стали таким же капіталом, як матеріали, енергія і фінанси.

Основою для прийняття рішення є інформація. Для того щоб прийняти правильне рішення, потрібно мати відповідну кількість інформації. Проте обсяг інформації не може визначатися тільки кількістю документів, сторінок, показників. Можна збирати і обробляти величезні масиви відомостей, які або будуть не потрібні для прийняття рішень, або їх не можна буде засвоїти і використати. Інколи короткі документи можуть бути більш змістовними, ніж великі доповіді й довідки. Правильне визначення кількості інформації дає змогу уникнути перевантаження керівників і спеціалістів, оскільки існує показник межі інформації, яку може переробити людина за певний період.

Облік сприяє інформатизації суспільства безпосередньо через генерування інформації для управління різних ієрархічних рівнів – оперативного, тактичного і стратегічного. Розширення інформаційних ресурсів сприяє обґрунтуванню рішень, своєчасному реагуванню на сигнали раннього попередження, відстеженню за новими об'єктами, явищами і процесами та пошуку резервів зниження собівартості продукції.

Інформаційна система, як система управління, тісно пов'язується, як з системами збереження та видачі інформації, так і з іншою - з системами, що забезпечують обмін інформацією в процесі управління. Вона охоплює сукупність засобів та методів, що дозволяють користувачу збирати, зберігати, передавати і обробляти відібрану інформацію. Інформаційні системи існують з моменту появи суспільства, оскільки на кожній стадії його розвитку існує потреба в управлінні. Місією інформаційної системи є виробництво потрібної для організації інформації, потрібної для ефективного управління всіма її ресурсами, створення інформаційного та технічного середовища для управління її діяльністю. Інформаційна система може існувати і без застосування комп'ютерної техніки – це питання економічної необхідності. В будь-якій інформаційній системі управління вирішуються задачі трьох типів:

- 1) задачі оцінки ситуації (деколи їх називають задачами розпізнавання образів);
- 2) задачі перетворення опису ситуації (розрахункові задачі, задачі моделювання);
- 3) задачі прийняття рішень (в тому числі і оптимізаційні).

ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ГОЛОВНИЙ ПРІОРИТЕТ В ІНВЕСТИВАННІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Грицаєнко Г.І., к.е.н., доцент

Грицаєнко І.М., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Ефективні інвестиції у технічне забезпечення аграрного підприємництва є передумовою подолання кризового стану, який склався у вітчизняному сільському господарстві. На жаль, сьогодні можна констатувати низький рівень технічної оснащеності малих та середніх сільгосппідприємств, технологічну відсталість більшості підприємств аграрної галузі, розбалансованість ринку сільськогосподарської техніки та повільне оновленням машинно-тракторного парку.

Питання технічного забезпечення аграрного підприємництва висвітлюються у наукових працях таких вчених, як Я. Білоусько, О. Вишневецька, А. Даниленко, О. Захарчук, А. Карпенко, В. Петров, В. Скоцик, Д. Соловей та багатьох інших. Проте складність та багатогранність означених проблем вимагає їхнього подальшого системного дослідження, чим обумовлюються актуальність та мета обраної теми дослідження.

Мета дослідження – вивчення стану забезпечення технікою аграрних товаровиробників, а також визначення ефективних способів його інвестування.

Розв'язання економічних, соціальних та екологічних проблем країни залежить від формування й реалізації ефективної аграрної політики, визначальним чинником якої є інвестування аграрного підприємництва. Головними напрямками здійснення інвестицій у сільськогосподарське виробництво можна вважати механізацію, хімізацію, меліорацію, а також наукову діяльність як основу інноваційного розвитку.

Недостатній обсяг інвестування сільськогосподарського виробництва зумовлює суттєві проблеми в його ресурсному забезпеченні, тому актуальною стає задача визначення оцінок рейтингу пріоритетних напрямів інвестування аграрного підприємництва з метою використання цих оцінок для рекомендацій з оптимального розподілу коштів.

Для розв'язання задачі, що розглядається, пропонується використання методу аналізу ієрархій (MAI), який складається із трьох етапів: побудова ієрархічної моделі порівнювання елементів (ознак) задачі; формування матриць попарних порівнювань елементів кожного рівня ієрархії та визначення їх локальних вагових коефіцієнтів; визначення глобальних вагових коефіцієнтів та вибір найкращого варіанта рішення.

Для побудови ієрархічної моделі скористаємося даними табл. 1. На рис. 1 наведена ієрархія пріоритетних напрямів інвестування аграрного підприємництва.

Таблиця 1
Вихідна інформація для побудови ієрархічної моделі
пріоритетних напрямів інвестування аграрного підприємництва

Фактор / Показник	Рівень ієрархії	Умовна позначка
Пріоритетний напрям інвестування аграрного підприємництва	1	1
Технічне забезпечення	2	1.1
Потужність двигунів тракторів у розрахунку на 100 га посівної площі, кВт	3	1.1.1
Енергетичні потужності в розрахунку на 100 га посівної площі, кВт	3	1.1.2
Хімізація	2	1.2
Внесення мінеральних добрив на 1 га посівних площ, кг поживних речовин	3	1.2.1
Внесення органічних добрив на 1 га посівних площ, т	3	1.2.2
Меліорація	2	1.3
% зрошуваних посівних площ	3	1.3.1
% осушених посівних площ	3	1.3.2
Наукова діяльність	2	1.4
Фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт в сільському господарстві, лісовому господарстві та рибному господарстві в розрахунку на 100 га посівних площ, тис. грн.	3	1.4.1
Роки для порівняння напрямів інвестування аграрного підприємництва	4	
2014	4	2014
2015	4	2015
2016	4	2016

Джерело: складено на основі власних досліджень

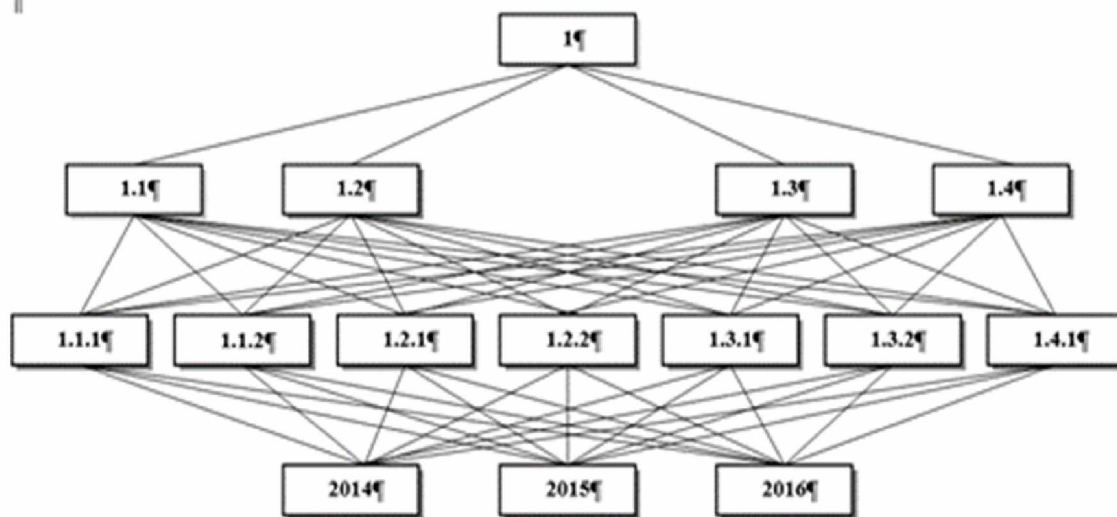


Рис. 1. Ієрархія пріоритетних напрямів інвестування аграрного підприємництва

Джерело: складено на основі власних досліджень

За підсумками аналізу ієрархій найбільш важливим напрямом інвестування аграрного підприємництва визначено технічне забезпечення (локальний вектор пріоритетів 0,5608), що свідчить про першочерговість завдань, пов'язаних з забезпеченням сільгоспвиробників сучасною технікою.

За даними Державної служби статистики України, динаміка кількості наявних тракторів та зернозбиральних комбайнів в аграрних підприємствах України має негативну тенденцію. Так, за 2000-2015 рр. кількість тракторів всіх марок (без тракторів, на яких змонтовані машини) в цілому по Україні скоротилася майже на п'яту частину і становила в 2015 р. 309,7 тис. одиниць, зернозбиральних комбайнів – відповідно на 16,4% до 56,3 тис. одиниць. Аналіз лінії тренду дозволив зробити висновок про те, що за досліджуваний період кількість тракторів щорічно зменшувалась в середньому на 3,8 тис. одиниць, зернозбиральних комбайнів – на 1,0 тис. одиниць.

Недостатня забезпеченість аграрного виробництва сільськогосподарською технікою призводить до того, що навантаження на неї в Україні в рази перевищує відповідні показники розвинених країн, що заважає виконанню необхідних технологічних операцій у встановлені строки і призводить до значних втрат урожаю. Так, площа ріллі в розрахунку на 1 трактор в цілому по Україні з 82 га в 2000 р. збільшилась майже на третину і становила в 2015 р. 105 га (для порівняння: в США – 28 га, у Франції – 14 га на трактор [8]). В сільськогосподарських підприємствах цей показник відповідно з 69 га збільшився до 152 га, або в 2,2 рази, в той же час в господарствах населення зі 104 га він скоротився до 64 га, або на 38,6%.

Площа зернових та зернобобових культур в розрахунку на 1

комбайн за 2000-2015 рр. у цілому по Україні з 203 га збільшилась до 262 га, або на 29,2% (для порівняння: у США, Франції та Німеччині навантаження на комбайн близько 55 га [8]). При цьому в сільськогосподарських підприємствах цей показник зі 184 га відповідно збільшився на 55,6% і становив 286 га, в господарствах населення – відповідно зі 786 га зменшився на 72,8% і становив 214 га.

Аналіз тенденцій зміни навантаження на сільськогосподарську техніку свідчить про те, що за 2000-2015 рр. площа ріллі в розрахунку на 1 трактор в середньому по Україні зростала щорічно на 1,2 га. При цьому в сільськогосподарських підприємствах цей показник збільшувався щорічно на 6,8 га, тоді як в господарствах населення – навпаки, зменшувався на 2,8 га відповідно.

Площа зернових та зернобобових культур в розрахунку на 1 зернозбиральний комбайн в середньому по Україні за 2000-2015 рр. щорічно збільшувалась на 5,6 га, в тому числі в сільськогосподарських підприємствах на 13,9 га. Збільшення кількості комбайнів в господарствах населення призвело до щорічного зменшення навантаження на них відповідно у середньому на 26,6 га.

Аналіз динаміки руху сільськогосподарської техніки свідчить про наявність негативної тенденції перевищення кількості тієї, яка вибула протягом року, до тієї, яка надійшла. Так, в 2008-2010 рр. кількість тракторів та зернозбиральних комбайнів, яка вибула протягом року, в півтора-два рази перевищувала ту, яка відповідно надійшла. Найнижчим за 2008-2015 рр. це співвідношення було в 2011-2012 рр. (104,1% та 81,5% по тракторах, 93,1% та 103,3% по зернозбиральних комбайнах відповідно).

За розрахунками [7], парк тракторів сьогодні складає 45% від потреби сільського господарства, зернозбиральних комбайнів – 48%, інших видів техніки – від 35 до 60%. Середній показник зносу сільськогосподарської техніки складає 70%, в тому числі тракторів 78%, комбайнів – 71%.

За 2010-2015 рр. суттєво зменшилась кількість придбаних сільськогосподарськими підприємствами нових тракторів та зернозбиральних комбайнів – відповідно на 28,5% та 37,5%. При цьому їх загальна вартість збільшилась відповідно в 2,6 та 1,9 рази внаслідок росту цін: середньорічний темп приросту середніх цін на трактори всіх видів за 2009-2015 рр. становив 26,9%, зернозбиральних комбайнів – відповідно 21,3%.

За даними Міністерства аграрної політики України, мінімальне науково обґрунтоване щорічне оновлення машинно-тракторного парку до технологічної потреби в цінах, які склалися на початок 2016 р., становить 35 млрд. грн., у тому числі близько 40 тис. тракторів (15 млрд. грн.) та майже 7 тис. зернозбиральних комбайнів (10,5 млрд. грн.) [12].

Вважаємо, що погіршення загального стану матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств на пряму пов'язано з недостатністю власних коштів, що обумовлює актуальність пошуку найбільш ефективних зовнішніх джерел фінансування. Серед найбільш розповсюджених можна виділити фінансовий лізинг та банківське кредитування.

Порівняльний аналіз умов фінансування, які надаються НАК «Укragролізингом» та Укресімбанком для придбання сільськогосподарської техніки, свідчить про те, що фінансовий лізинг є більш привабливим, ніж банківське кредитування. Так, НАК «Укragролізинг» надає можливість вибору строку кредитування (3, 5 і 7 років), варіантів погашення заборгованості (виплати щомісячно, один раз на 3 або 6 місяців), розміру авансового платежу (10 або 15%). В Укресімбанку на купівлю нової сільськогосподарської техніки передбачені строки кредитування до 5 років, щомісячне або щоквартальне погашення боргу, розмір авансового платежу від 15%. Подорожчання кредитної послуги в НАК «Укragролізинг» в залежності від обраного розміру авансового платежу становить відповідно 23,5 та 24,3%. В той же час подорожчання кредитної послуги Укресімбанку становить 52,6%, що більш, ніж вдвічі більше.

Таким чином, сталий розвиток вітчизняного аграрного виробництва потребує нарощування обсягів інвестицій у технічне забезпечення сільськогосподарських товаровиробників. Проте його рівень тривалий час має стійку тенденцію до зниження внаслідок багатьох причин, однією з яких є відсутність достатніх власних коштів для оновлення машино-тракторного парку.

В якості ефективного зовнішнього джерела фінансування інвестицій в технічне забезпечення сільського господарства пропонуємо більш широко використовувати фінансовий лізинг.

Перспективами подальших досліджень цього питання є визначення напрямів інституційних перетворень, які сприятимуть покращенню інвестиційної привабливості та технічного забезпечення аграрного підприємництва.

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ У СКЛАДІ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Грицаєнко М.І., к.е.н.

Таврійський державний агротехнічний університет

Перед національною економікою України стоїть першочергове завдання загальної модернізації, переведення на шлях інноваційного розвитку. Вплив загальносвітових тенденцій та інтеграція українського ринку в глобальну економіку обумовлюють необхідність пошуку

якісно нових ресурсів розвитку, одним з яких є соціальний капітал.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та практичних засад розвитку ресурсного потенціалу внесли Г. Бодак, О. Величко, Н. Калюжна, Л. Прокопишин, М. Шарко та інші вчені. Проблемам соціального капіталу приділяли увагу Л. Богуш, П. Бурд'є, О. Кожемякіна, Дж. Коулмен, О. Шпикуляк та багато інших науковців. Однак проведені дослідження не можна вважати завершеними. Тривають дискусії щодо визначення сутності та складу ресурсного потенціалу, залишаються недопрацьованими питання місця в ньому соціального капіталу. У сукупності це зумовило вибір теми та визначення мети цього наукового дослідження.

Метою дослідження є визначення місця соціального капіталу в ресурсному потенціалі підприємницької діяльності.

Найбільш активно проблеми ресурсного потенціалу досліджувались у 80-х роках минулого сторіччя, коли на теренах колишнього СРСР широко впроваджувався нормативно-ресурсний метод планування. Але й сьогодні тривають дискусії щодо сутності та складу ресурсного потенціалу. При визначенні сутності ресурсного потенціалу багато науковців робить наголос на сукупності основних ресурсів підприємницької діяльності (табл. 1). Так, Г. Бодак формулює дефініцію ресурсного потенціалу як «...сукупність усіх матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, що є у розпорядженні цього підприємства, взаємозалежні та взаємопов'язані між собою, залучені у його діяльності для досягнення поточних і стратегічних цілей та задоволення потреб суспільства». Л. Прокопишин трактує ресурсний потенціал як систему ресурсів, взаємозалежну сукупність природних, матеріально-речовинних, енергетичних, інформаційних засобів, працівників, які використовують (або можуть використовувати) їх у процесі виробництва матеріальних благ і послуг. К. Шапошников наполягає, що «...під ресурсним потенціалом будемо розуміти систему визначених видів ресурсів зі своїми взаємозв'язками та взаємодіями між собою, раціональне використання яких сприяє збільшенню можливостей ресурсного потенціалу та стабільному функціонуванню підприємств (галузей, національної економіки) у довгостроковому періоді». Н. Калюжна, вивчаючи ресурсний потенціал торговельного підприємства, наголошує, що він уособлює собою об'єктивні можливості, що споживаються та відтворюються у процесі торговельної діяльності та зумовлюються наявними економічними ресурсами. Вважаємо доречним загальне трактування потенціалу як наявних у економічного суб'єкта ресурсів, їх оптимальної структури та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети.

Таблиця 1

Сучасне трактування поняття «ресурсний потенціал»

Автор	Трактування
Г. Бодак	ресурсний потенціал – це сукупність усіх матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, що є у розпорядженні цього підприємства, взаємозалежні та взаємопов'язані між собою, залучені у його діяльності для досягнення поточних і стратегічних цілей та задоволення потреб суспільства.
О. Величко	Ресурсний потенціал є системою взаємопов'язаних різних видів потенціалів, які є у розпорядженні підприємства або можуть бути залучені до його господарської діяльності для максимального задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності на ринку.
Н. Калюжна	... ресурсний потенціал торговельного підприємства ... об'єктивні можливості, що споживаються та відтворюються у процесі торговельної діяльності та зумовлюються наявними економічними ресурсами.
Л. Прокопшин	Ресурсний потенціал – це система ресурсів, взаємозалежна сукупність природних, матеріально-речовинних, енергетичних, інформаційних засобів, працівників, які використовують (або можуть використовувати) їх у процесі виробництва матеріальних благ і послуг.
К. Шапошников	...під ресурсним потенціалом будемо розуміти систему визначених видів ресурсів зі своїми взаємозв'язками та взаємодіями між собою, раціональне використання яких сприяє збільшенню можливостей ресурсного потенціалу та стабільному функціонуванню підприємств (галузей, національної економіки) у довгостроковому періоді
М. Шарко	За своїм змістом ресурсний потенціал підприємства відображає з одного боку сукупність властивостей, набутих економічною системою в процесі її розвитку і зумовлюють можливості її функціонування, в іншій – рівень розмежування реалізованих і нереалізованих можливостей, які характеризуються як резерв майбутніх стратегій.

Джерело: складено автором на основі опрацьованих літературних джерел

В складі ресурсного потенціалу підприємницької діяльності необхідно розглядати особливий економічний ресурс, який жорстко фіксований та не відновлюється – час (рис. 1). Крім цього, особливу увагу необхідно приділити соціальному капіталу підприємства, який разом з робочою силою (сукупністю фізичних і духовних здібностей, якими володіє людина і які вона використовує в процесі виробництва) визначає зміст поняття «трудові ресурси».

Змістовний аналіз феномена соціального капіталу було проведено П. Бурдє, який визначив соціальний капітал як суму ресурсів і обґрунтував можливість реалізації соціального капіталу через конвертацію його в інші форми капіталу. У роботах Дж. Коулмена соціальний капітал – ресурс, який сприяє розвитку економіки та вдосконаленню суспільства в цілому.

В сучасній літературі існують різноманітні підходи щодо визначення сутності поняття «соціальний капітал» – як сукупності ресурсів суспільства, як сукупності соціальних зв'язків, як членства в певній соціальній мережі та інші. Вважаємо, що трактування соціального капіталу як сукупності ресурсів суспільства є досить аргументованим.

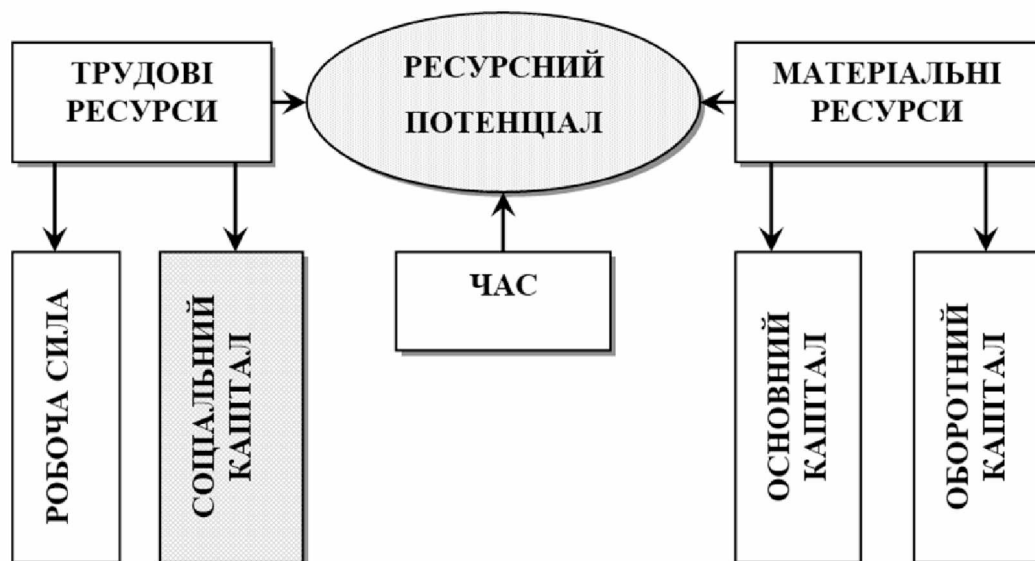


Рис. 1. Склад ресурсного потенціалу підприємницької діяльності

Джерело: складено автором на основі опрацьованих літературних джерел

Так, Дж. Коулмен наголошує, що «соціальний капітал – це будь-який прояв неформальної соціальної організації, котра виступає як продуктивний ресурс для одного або більше акторів». П. Бурдє визначає соціальний капітал як «сукупність реальних і потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш чи менш інституціолізованих відносин взаємного знайомства та визнання – іншими словами, з членством у групі». З тим, що соціальний капітал виступає своєрідним інтегральним ресурсом суспільства, згодні Л.

Богущ, О. Кожемякіна, О. Шпикуляк та інші науковці.

На основі опрацювання літературних джерел нами сформульовано власне визначення соціального капіталу як сукупності здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри. Вважаємо, що соціальний капітал сприяє здійсненню трансакцій, які, у свою чергу, безпосередньо впливають на процеси виробництва та реалізації продукції підприємства.

Перспективами подальших досліджень цього питання є визначення напрямів удосконалення управління процесами формування та використання соціального капіталу підприємницької діяльності.

РОЛЬ ТА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Демчук О.М., к.е.н.

Таврійський державний агротехнологічний університет

Головною проблемою становлення управлінського обліку в Україні є те, що він не є самостійною системою обліку, а лише підсистемою бухгалтерського. З кожним днем збільшується кількість керівників українських підприємств, які перестають сумніватися в необхідності вести облік, відмінний від бухгалтерського, який практично повністю зосереджений на задоволенні потреб зовнішніх споживачів інформації. Але в практичній діяльності керівники українських компаній досі не мають чіткого розуміння цього виду обліку, що, мабуть, є головною проблемою процесу постановки системи управлінського обліку.

Організація та ведення управлінського обліку не є обов'язковим, але зважаючи на його важливу роль в розвитку підприємства є необхідним. На більшості сільськогосподарських підприємствах він не ведеться, або ведеться не ефективно.

Проблеми організації, становлення та ведення управлінського обліку на підприємстві досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема: Ф. Бутинець, Л.В. Нападовська, О.М. Калініна, С. Голов, С.Г. Джойла, К. Друрі, Р. Ентоні, Г.Г.Кірейцев, М. С. Пушкар. Однак на практиці лише деякі вітчизняні підприємства застосовують систему управлінського обліку для ефективнішого вирішення питань і проблем ведення бізнесу. Головна проблема цього полягає у відсутності достатнього обсягу знань у керівництва. При цьому багато керівників не завжди усвідомлюють роль управлінського обліку в організації і недостатньо чітко розуміють поставлену мету та завдання.

Метою статті є обґрунтування необхідності управлінського

обліку та основних принципів побудови його системи на підприємстві з метою забезпечення ефективного функціонування.

Поява управлінського обліку обумовлена тим, що традиційні методи бухгалтерського обліку перестали відповідати вимогам управління. Загострення конкуренції, ускладнення технології та організації виробництва, розвиток науково-технічного прогресу потребували інших методів для вирішення принципово нових проблем.

У міжнародній практиці виділення управлінського обліку із загальної системи бухгалтерського обліку пов'язано з необхідністю підвищення ефективності підприємницької діяльності та спрямуванням на досягнення стратегічної мети.

Сучасною вимогою до спеціаліста з управлінського обліку є володіння ширшим спектром знань, вмінь та навичок, ніж вимагалось від нього будь-коли. Фахівець з управлінського обліку вміє оперувати не лише кількісною фінансовою інформацією, він готовий працювати з нефінансовими показниками, які інколи важко піддаються кількісній оцінці; він не лише інформаційно забезпечує прийняття рішень, а в певний момент готовий приймати рішення в багатофункціональній управлінській команді; він не лише оцінює поточне виконання операційних бюджетів, а розуміє стратегію організації, бере участь у її розробці і контролює її втілення.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», «внутрішньогосподарський (управлінський) облік – система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішнього користування у процесі управління підприємством». Виходячи із приведеного визначення, управлінський та внутрішньогосподарський обліки – це тотожні терміни.

Головні завдання управлінського (внутрішньогосподарського) обліку:

- забезпечення керівників та їх представників необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації;
- коригування управлінської діяльності у досягненні мети підприємства;
- надання інформації та здійснення консультативної підтримки для прийняття управлінських рішень;
- сприяння виявленню проблемних питань у сфері витрат і розробці альтернативних рішень для їхнього розв'язання;
- забезпечення життєздатності підприємства на рівнях стратегічного й тактичного управління;
- сприяння оптимізації залежності «виручка – витрати – прибуток»;
- забезпечення бюджетного контролю;
- створення та забезпечення функціонування загальної

інформаційної системи управління підприємством.

За словами Н.Л. Нападовської сучасний управлінський облік – не суто облік, а оптимізація господарської діяльності.

Перед керівництвом підприємства постає надзвичайно важлива та складна проблема – забезпечити безперервність його розвитку в умовах надзвичайно динамічного зовнішнього середовища, яке постійно стимулює появу нових методів, систем і підходів. Слід урахувати, що завдяки системі управлінського обліку мають вирішуватися практичні проблеми менеджменту. Звідси випливає важливий висновок - система обліку повинна змінюватись зі зміною стратегій менеджменту. Очевидно, потрібна система обліку, яка, постійно пристосовуючись, набувала б все нових форм і трансформувала б вже набуті якості для прийняття та реалізації управлінських рішень, адекватних цим ситуаціям. Це пов'язано, по-перше, зі взаємодією та взаємовпливом різноманітних систем, що забезпечують розвиток економіки будь-якого підприємства, які настільки взаємопов'язані та взаємозалежні, що без урахування механізмів цієї взаємодії неможливе ефективне управління економічними процесами на мікрорівні. По-друге, визнання об'єктивності існування цієї взаємодії вимагає виявлення та використання міжсистемних оболонок, які містять додатковий потенціал для створення нових концептуальних систем, дослідження та виявлення ефективних інструментів його реалізації.

Сьогодні, на відміну від минулого століття, різні технології постійно перетинаються. На їх перетині відбуваються суттєві прориви. Традиційні підходи, побудовані за принципом «для кожної галузі знань характерна власна унікальна технологія підготовки інформації», в сучасний період виявились неспроможними й змінились на підхід, згідно з яким для вирішення конкретних завдань необхідна специфічна технологія підготовки інформації. Це пов'язано з її залежністю від інших галузей – тих, на яких традиційно базувалась технологія підготовки інформації, й тих, задля яких вона здійснюється.

З метою підвищення якості облікової інформації було реформовано принципи бухгалтерського обліку, проте на практиці належним чином вони не були реалізовані. Саме тут відбулося зіткнення теорії і практичного застосування. Причиною стало те, що бухгалтерський облік сприймається як необхідність з метою надання звітності у податкові органи, а не як джерело інформації, на підставі якої можуть прийматися правильні рішення. Також негативно впливає присутність податкового обліку, який, по-перше, відрізняється від бухгалтерського, а по-друге, його ведення є більш пріоритетним через те, що саме його найбільш контролюють податкові органи.

В Міжнародних стандартах фінансової звітності відображені загальні показники й основні принципи ведення управлінського обліку.

Але останнім часом на Заході спостерігається помітний відхід від кількісних показників у бік якісних. До того ж беруться до уваги зовсім нові фактори, на які раніше управлінці майже не звертали уваги: система бізнес-процесів усередині підприємства, конкурентне середовище, система взаємин із клієнтами (CRM) та ін. Це, звичайно, свідчить про новий рівень розвитку управлінського обліку. І якщо говорити про вітчизняні підприємства, то це завтрашній день, хоча на даному етапі в нашій країні спостерігається посилення інтересу до цієї теми, а також збільшення продажів програмних продуктів по автоматизації системи управлінського обліку.

Вітчизняні підприємства при застосуванні управлінського обліку приділяють недостатньо уваги мотивації співробітникам і контролю за якістю продукції, при цьому розглядаючи його переважно як підсистему обліку поточного управління.

В сучасних умовах управлінська інформація повинна містити не тільки числові показники та фінансово-економічні розрахунки альтернативних варіантів дій, але ще й пропонувати висновки і надавати рекомендації щодо вибору найбільш привабливих з них. Невирішені практичні питання управлінського обліку обумовлюють нераціональне використання інтелектуальних, інформаційних, організаційних, фінансових ресурсів підприємств України, невиправдане збільшення витрат на програмне забезпечення, придбання засобів обчислювальної техніки, на стандартизацію бізнес-процесів і автоматизацію управління. Керівниками, які прагнуть приймати ефективні управлінські рішення, необхідно створити сприятливі умови для розвитку управлінського обліку, адже це запорука успішної конкурентоспроможної діяльності в сучасних умовах господарювання.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Завадських Г.М. к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Розвиток малого підприємництва є одним із найпріоритетних напрямів розвитку економіки. Для України на сьогоднішній день особливо актуальним є розробка та реалізація обґрунтованої та ефективної державної політики підтримки розвитку малого бізнесу та стимулювання такої підприємницької діяльності, що є основою економічного та соціального добробуту держави.

Серед вітчизняних дослідників проблем розвитку малого підприємництва можна виділити роботи А. Бутенка, З. Варналія, Л. Воротиної, В. Гейця, О. Кужель, Д. Ляпіна, В. Ляшенка, Ю. Макогона,

Н. Шлафман та ін.

Розвиток малого бізнесу є дуже важливим для формування середнього класу суспільства. Державна підтримка бізнесу здійснюється на основі Закону України «Про державну підтримку і розвиток малих та середніх підприємств в Україні», в якому зазначається, що з метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава повинна надати належну підтримку. Але на даному етапі розвитку малого бізнесу та підприємництва є значні проблеми і одним із шляхів виходу із кризи малого підприємництва є кредитування даної сфери. Рівень розвитку малого підприємництва в Україні кардинально відстає від багатьох провідних країн світу (згідно статичного спостереження кількість малих підприємств бізнесу нашої держави значно менша ніж за кордоном).

За даними Державної служби статистики України станом на 01.01.2016 року частка малих підприємств становила 327814 одиниць, тобто 95,5% від загальної кількості, середніх – 15203, великих – 423. Переважна кількість малих підприємств України зосереджена в Дніпропетровській (24821 од.), Харківській (23724 од.), Одеській (23048 од.), Львівській (17718 од.) та Київській (16868 од.) областях. Найменші кількісні показники демонструють Волинська (5212 од.) , Рівненська (4898 од.), Тернопільська (4871 од.) та Чернівецька (3897 од.) області.

У розрізі економічних видів діяльності пріоритетними сферами суб'єктів малого підприємництва залишаються оптова та роздрібна торгівля, питома вага в загальному обсязі яких складає 31%. Значно меншими є показники промисловості (12%), сільського, лісового та рибного господарства (15%), операцій з нерухомим майном, професійної, наукової та технічної діяльності (10%)

Розвиток саме малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Однією з найгостріших проблем становлення і розвитку малого підприємництва є забезпечення його достатніми фінансовими ресурсами. Здійснювати необхідну підтримку, держава може за допомогою цілої низки фінансових важелів до яких відносяться податки, політика ціноутворення, бюджетні витрати, кредитно-грошове регулювання. Специфікою використання фінансових важелів є можливість непрямого впливу, коли переважає мотив вигідності. Таким чином, держава не обмежує свободу вибору підприємця, не втручається в ринкові механізми, а намагається зацікавити підприємців до прийняття певних рішень, зорієнтувати прогностичну діяльність. Проте на даний час, фінансово-кредитні інструменти використовуються неефективно, про що свідчить незбалансована податкова політика, обмеженість фінансових ресурсів, а також доступу до них тощо

Іншою, не менш важливою проблемою є державна політика оподаткування суб'єктів малого підприємництва. Відомо, що податки - один із найважливіших важелів державного регулювання економіки. Через податкову політику держава може стимулювати або обмежувати обсяги національного виробництва, ступінь ділової активності, включаючи і такий сегмент економіки як мале підприємництво.

Економіка України залишається високо монополізованою, оскільки умови податкового законодавства спрямовані більшою мірою на підтримку великого бізнесу, що характеризується дисциплінованістю у виплаті значного обсягу податків та частково надає фінансову допомогу в важливих проектах державного і регіонального значення.

Об'єктивний аналіз основних тенденцій в розвитку малого підприємництва показує, що за останній період часу податковій політиці держави взагалі й оподаткуванню малого підприємництва зокрема приділяється значна увага. Свідченням цього є прийняття Податкового кодексу України, який має значний вплив на правове поле діяльності малого підприємництва. Прийняття цього важливого нормативно-правового акту мало б значною мірою структурувало інтереси держави і суб'єктів. Проте внаслідок необґрунтованої податкової реформи фінансове навантаження на мале підприємництво зросло, відносини з фінансовими органами залишились не врегульованими.

Малий і середній бізнес в Україні розвивається недостатньо швидкими темпами, що свідчить про наявність стримуючих факторів реалізації його потенціалу. Одним з таких факторів багато дослідників вважають особливості оподаткування малого бізнесу в Україні.

Отже, ситуація щодо функціонування малого підприємництва в Україні залишається на стадії розвитку. Таким чином, основними шляхами покращення малого підприємництва в Україні є створення нормативно-правової бази сприятливими умовами, а також вдосконалення податкової політики та забезпечення раціонального функціонування спрощеної системи оподаткування. Необхідно створити механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Клименко В.Р., студентка групи 21 МБМК,
Таврійський державний агротехнологічний університет
Науковий керівник – к.е.н., ст.викладач
кафедри маркетингу Коноваленко А.С.

У сучасних умовах господарювання ключовим елементом досягнення комерційного успіху підприємства у короткостроковій і довгостроковій перспективах виступає маркетингова товарна політика. Тільки товар, що є конкурентоспроможним на ринку за своїми властивостями по відношенню до товарів-субститутів, здатен забезпечити стійку перевагу існування підприємства на ринку. Тому питання вибору маркетингової товарної стратегії є досить важливим та складає основну частину змісту діяльності підприємства.

Товарні стратегії – це головні принципові напрями товарної політики, слідуючи яким підприємство може забезпечувати стабільний обсяг продажів і прибуток на всіх стадіях життєвого циклу продукту.

Маркетингова товарна стратегія може бути трьох видів: стратегія інновації, варіації (модифікації) та елімінації товару. У свою чергу, кожна із стратегій включає в себе кілька підвидів стратегій. Наприклад, стратегія інновацій при якій підприємство випускає інноваційні товари, що не є абсолютними заміниками аналогічних товарів конкурентів має назву стратегії диференціації, у випадку випуску спорідненої продукції підприємством відбувається реалізація стратегії диверсифікації.

Під диференціацією товару розуміють процес низки суттєвих модифікацій товару, що робить його відмінним від товарів-конкурентів. Диференціація ґрунтується на поліпшенні привабливості товару за рахунок його різноманітності та передбачає розробку різних варіантів товарної пропозиції на двох рівнях: між конкурентами за однотипними товарами та між товарами одного виробника, орієнтованими на різні сегменти ринку. Мета диференціації товару полягає у посиленні його конкурентоспроможності, підвищенні привабливості товару за рахунок врахування особливостей окремих сегментів ринку.

Слід зазначити найуживанішою формою активізації товарної політики підприємства є модифікація (варіація) товару, за допомогою якої можна досягнути збільшення тривалості етапу зрілості товару в його життєвому циклі. Поряд зі стратегіями модифікації ринку та модифікації маркетингових засобів модифікація товару спрямована на розширення сфери застосування існуючих товарів і залучення нових покупців для його покупки.

Ефективна товарна політика вимагає постійного контролю і

регулювання виробничої програми та товарної номенклатури підприємства. Здійснення контролю в цій сфері маркетингової діяльності націлене на попередження зниження обсягів продажу та вжиття заходів щодо оптимізації товарного асортименту підприємства. Розробці таких заходів передують дослідження й аналіз причин зниження обсягів продажу, збільшення товарних запасів та зменшення прибутку. До об'єктивних причин зменшення обсягів продажу можна віднести моральне старіння товару, зміну уподобань споживачів та загострення конкуренції на товарному ринку. Зрозуміло, що усунення цих причин вимагає значних коштів. У випадку, якщо підприємству не вдається стабілізувати становище своєї товарної пропозиції на ринку, то воно повинно розробити стратегію елімінації товару.

Основним завданням стратегії елімінації є виділення таких товарів, які виглядають сумнівно з точки зору їх подальшої привабливості на ринку та підлягають переатестації. Результатами перевірки таких товарів є прийняття рішень залишення їх у товарній номенклатурі або зняття з виробництва та виведення з ринку. При підготовці рішень доцільним є проведення аналізу програми збуту в цілому та аналіз позицій кожного товару на ринку.

Управлінські рішення, які приймаються щодо сумнівних товарів можуть стосуватися: збільшення інвестицій для зміцнення ринкових позицій товару; переведення інвестицій з менш вигідних ринків у прибуткові ніші; закриття виробництва та прискореного розпродажу основних засобів. Для виявлення сумнівних і «старіючих» товарів можуть створюватися аналітичні групи з аналізу рентабельності товару та оцінювання кон'юнктури ринку. Прискоренню процесу елімінації товару можуть сприяти порушення у виробничому процесі, ослаблення дії маркетингових заходів, зміна структури потреб на ринку, зміна у законодавстві.

Узагальнюючи, зазначимо, що на початкових етапах становлення бізнесу основним завданням маркетингової товарної стратегії має бути формування оптимального товарного портфелю, що максимально задовольняє суб'єктивні переваги споживачів та одночасно забезпечує високий прибуток підприємства. Відтак, вирішення завдань товарної політики на будь-якому господарському рівні потребує стратегічного підходу. Це означає, що будь-яке рішення у вказаній сфері повинно ухвалюватися не тільки з погляду поточних інтересів, але і з урахуванням того, як воно «працює» на кінцеві цілі.

ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Крушельницька С.І., студентка групи 21 МБМК,
Таврійський державний агротехнологічний університет
Науковий керівник – к.е.н., ст.викладач
кафедри маркетингу Коноваленко А.С.

Маркетингова діяльність є лише однією зі складових функціонування організації (підприємства) в цілому. Крім маркетингу, підприємець-початківець має визначити рівень забезпеченості необхідними ресурсами та технологіями, організацією виробництва, управляти фінансами, логістикою, інформаційними системами, розробляти відповідні стратегії. Підприємець, що прагне бути конкурентоспроможною, повинен мати стратегію дій, стратегію розвитку. Стратегічний маркетинг відіграє вирішальне значення в успіху економічної діяльності бізнесу. Доказом того є компанії, які досягли стабільного становища в умовах ринкової конкуренції завдяки застосуванню різноманітних стратегій: товарних і конкурентних, розвитку і господарського портфеля, сегментування і позиціонування тощо.

Конкурентна стратегія - це узагальнена модель дій і сукупність правил, якими має керуватися підприємство при прийнятті рішень для досягнення і довгострокової підтримки конкурентоспроможності. Стратегія задає певні рамки, що дозволяють виявити і оцінити зміни зовнішніх і внутрішніх умов розвитку системи і зумовлені цими змінами потреби в її вдосконаленні.

Забезпечення конкурентоспроможності особливо важливо на початковому етапі становлення підприємства. Тому виділяють стратегії, обумовлені позицією підприємства в конкурентній боротьбі: наступальна, оборонна.

Наступальна стратегія характерна для підприємств, які дотримуються у своїй діяльності принципу підприємництва, проектує або реалізує принципово новий товар (послуга) або технологію, що приносить конкурентні переваги.

Оборонна стратегія спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції підприємства на вже освоєних ринках збуту. Основна функція стратегії – активізувати співвідношення «витрати – результат» з власними вигодами і вигодами для покупців. Конкурентна боротьба при такій стратегії ведеться не за оригінальністю товару (послуги) або технології, а за їхньою ціною, обсягами пропозиції і якістю.

На основі аналізу сил конкуренції Майкл Портер виділив три базові конкурентні стратегії, що визначаються як універсальні, за

допомогою яких організація може забезпечити собі конкурентні переваги: лідерство за витратами, диференціація, фокусування:

1. Лідерство по витратах створює захист від дії всіх п'яти сил конкуренції:

- підприємство отримує прибуток за рахунок мінімально допустимої для конкурентів ціни;

- низькі витрати створюють вхідний бар'єр для нових конкурентів та товарів-замінників;

- низькі витрати захищають підприємство від дій сильних постачальників, забезпечуючи більшу гнучкість у разі підвищення ними цін; сильні споживачі не в змозі домагатися зниження цін нижче рівня, прийнятного для самого сильного конкурента;

2. Диференціація продукції орієнтована на покупців, які готові заплатити більше, але за більш високу якість або за більш широкий вибір споживчих якостей товару (послуги);

3. Фокусування - зосередження зусиль на будь-якому сегменті ринку, споживчої ніші, що характеризуються особливими потребами, з метою кращого, ніж у конкурентів, їх задоволення. Ця стратегія може спиратися на лідерство за витратами або на диференціацію, або на те й інше, але в рамках цільового сегмента ринку.

Шляхи досягнення підприємством бажаного результату (зростання, обмеженого зростання, скорочення) визначає конкурентна стратегія. Вона стратегія визначає, як завоювати сильні довгострокові конкурентні позиції. Розробка ефективної конкурентної стратегії для всіх підприємств є важливою необхідністю і має безперечну практичну цінність.

Однак, незалежно від того, яку конкурентну стратегію обирає підприємець перед початком своєї діяльності, він має орієнтуватись на те, що обрана стратегія має забезпечити йому досягнення конкурентних переваг, що є гарантом сталого довготривалого фінансового стану підприємства, а також зміцнення ринкових позицій підприємства.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ

Колокольчикова І.В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Підприємства середнього та малого бізнесу мають як значні перешкоди так і значні переваги у процесі ведення власної справи. Перешкоди, з якими зустрічаються підприємства, частіше виникають на етапі представлення товару (послуги) на ринок, завоювання частки ринку та освоєння власного сегменту ринку. У зв'язку з тим, що підприємства невеликі за розмірами, вони стикаються з жорсткою

конкурентною боротьбою проти великих представників бізнесу – товариств, концернів, конгломератів тощо.

Перевагами невеликих підприємства на ринку завжди є мобільність та гнучкість останніх до змін у ринковій кон'юктурі, поведінки та вимог споживачів. Тільки невеликі розміри підприємства дають значні переваги у питаннях змін сфер діяльності, швидкого впровадження спорідненої диверсифікації виробництва, змін пропозицій у товарній номенклатурі та перепозиціонування конкурентних переваг того чи іншого товару.

Основою виробничо – збутової діяльності підприємства є товар. Товар - це все те, що має задовольнити нестаток чи потребу і пропонується ринку з метою привертання уваги, придбання, використання або споживання. Інакше кажучи, товаром може бути все, що можна продати.

Однак товаром є і послуга. Послуга - це будь-якій захід, діяльність або вигода, які одна зі сторін може запропонувати іншій стороні, і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді.

Для початку розвитку власного бізнесу найбільш перспективним є продукування саме послуги, які мають особливі ознаки. Ці характеристики відбиваються як зі сторони додаткових можливостей для підприємства так і з боку відповідних загроз.

Характеристики послуг як товару наступні:

1. Невідчутність (нематеріальність). Невідчутність означає, що послугу неможливо спробувати, продемонструвати, побачити до моменту її отримання. Невідчутність викликає проблеми як у покупця, так і у продавця послуги. Покупцеві важко розібратися і оцінити, що продається до моменту придбання, а іноді навіть і після. Покупець змушений вірити. Одночасно невідчутність послуг ускладнює життя продавцям послуг. Продавець може лише описати переваги, які з'являються в результаті надання даної послуги. Хоча бувають послуги, коли клієнт не може оцінити переваги і після її отримання. Невловимий характер послуг ускладнює ціноутворення і просування послуг на ринок.

2. Нездатність послуг до зберігання (недовговічність). Послуги неможливо зробити завчасно та зберігати для подальшої реалізації. Наприклад, незайняті кімнати у готелі, непродані авіаквитки не можуть бути відновленими. У зв'язку з цим, якщо потужності щодо надання послуг переважають попит на них, це спричинює зниження дохідності або вартості послуг.

Коливання попиту на послуги поширюється майже на всі їх види і різновиди. Як правило, він змінюється залежно від пори року, днів тижня. Таке коливання може спричинити серйозні проблеми для

фірм, що надають певні послуги. Наприклад, влітку зі збільшенням потоку пасажирів необхідно істотно збільшити кількість транспортних засобів, щоб задовольнити попит на пасажирські перевезення. Нездатність послуг до зберігання в умовах постійного попиту не є неподоланною проблемою, оскільки завжди можна оновити технологію, удосконалити систему їх надання, а відтак збільшити обсяги робіт, підвищити їх дохідність.

3. Мінливість якості послуги. Мінливість виконання послуг є неминучим наслідком одночасності виробництва та споживання послуг, а також того, що складовим елементом послуги є люди. Для зменшення мінливості послуг необхідно виявити причини цього явища. Інше дуже важливий джерело мінливості послуг - це, сам покупець, його унікальність. Це пояснює ступінь індивідуалізації послуги відповідно до вимог покупця. Для зменшення мінливості послуг компанії, що давно працюють в сфері послуг, розробляють і намагаються дотримуватися стандарт обслуговування.

4. Неподільність послуги. Послуги не може відокремити від виробника, тому продукування і споживання послуги є одночасним.

Таким чином можна підсумувати, що питання щодо важливості формування та удосконалення маркетингової товарної політики на підприємстві підкріплюється впливом багатьох маркетингових факторів, а на практиці підтверджується високими результатами (міцними позиціями, відповідним власним сегментом на ринку, стійкою конкурентною боротьбою та стабільними прибутками).

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Кучеркова С.О., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Створення умов, за яких підприємства, зокрема малі та середні (МСП), могли б користуватися перевагами ринкової економіки, потребує цілеспрямованих зусиль на різних рівнях. Уряд та представники бізнесу визнають необхідність подальших ефективних дій у сферах, що мають особливе значення: освоєння підприємствами нових галузей економіки, підвищення конкурентоспроможності на міжнародному рівні та вихід на нові ринки.

Більшість підприємств, особливо МСП, продовжують активно здійснювати діяльність, в основному, в традиційних секторах і на традиційних ринках, і при цьому не мають необхідних знань та навичок для освоєння нових міжнародних ринків. До того ж, через досить низький рівень продуктивності праці, недостатню мобільність робочої

сили та низький рівень підприємництва українським виробникам важко конкурувати на іноземних ринках. Незважаючи на високий рівень освіти та кваліфікації кадрів, спостерігається невідповідність між знаннями, необхідними у певних секторах, та знаннями, які дає система освіти. Країні потрібні підприємства, які володіють необхідними знаннями в галузі бізнесу та міжнародного маркетингу, розуміють вимоги іноземних покупців і здатні реагувати на них.

У структурі підприємництва в Україні значною мірою домінують МСП. Оскільки МСП складають 99,8 % загальної кількості підприємств в Україні та забезпечують роботою близько двох третин загальної кількості робочої сили у країні, цей сектор є важливою складовою економіки. За даними Державної служби статистики України, з 343 440 українських підприємств, зареєстрованих у 2015 році, 82,8 % складають підприємства, на яких працює менше 10 осіб (так звані мікропідприємства), і 12,7 % – підприємства, на яких працює від 11 до 50 працівників (малі підприємства). Середні підприємства (50-250 співробітників) складають 4,4 % загальної кількості підприємств, і лише на 0,1% підприємств працює більше 250 працівників.

Відповідно до Глобального індексу конкурентоспроможності (GCI) за 2016-2017 роки, Україна посідає 85-те місце серед 138 країн у порівнянні з 79-м місцем минулого року. За результатами «Опитування керівників підприємств», яке проводив Світовий економічний форум, основними негативними факторами для ведення бізнесу в Україні є корупція (14,0 % від загальної кількості респондентів), нестабільність політики (13,2 %), інфляція (11,9 %), неефективний державний апарат (11,4 %) та відсутність доступу до фінансування (11,2 %).

За даними звіту Світового банку Doing Business 2017 у категорії «легкість ведення бізнесу» Україна посідає 80-те місце серед 190 країн та відстає від більшості інших країн СНД і Східної Європи.

За підтримки Міжнародного торговельного центру (МТЦ) у рамках програми «Стратегія розвитку торгівлі» щодо сприяння сталому розвитку шляхом розширення торговельних можливостей в Україні була розроблена Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі України 2017-2021 роки «Експортна стратегія України». Дорожня карта узагальнює спільну позицію Уряду та бізнесу щодо визначених орієнтирів для розвитку торговельних відносин України, подолання перешкод та використання всіх наявних можливостей для розвитку експорту.

В центрі уваги цієї Дорожньої карти – модернізація українського бізнес-середовища та економіки.

Визначені конкретні існуючі та потенційні сектори та їх пріоритетність як рушійної сили для інновацій та створення високої доданої вартості, а також потенційного використання для прискорення

розвитку МСП та стимулювання підприємництва. Цими секторами є:

- Сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зокрема, розробка програмного забезпечення, з урахуванням існуючої кількості програмістів, задіяних в цьому секторі, та щорічного числа випускників в цій галузі.

- Сектор креативних послуг, у тому числі послуги з реклами та зв'язків з громадськістю (PR), ремесла, дизайн, кіноіндустрія, індустрія моди, видавнича справа, та інші сценічні і візуальні мистецтва.

- Сектор туризму, зокрема еко-туризм, екстремальний, культурний, діловий (MICE) та освітній туризм.

- Сектор харчової промисловості, зокрема харчові інгредієнти, готові продукти харчування та органічна продукція.

Сучасний світовий розвиток характеризується процесами глобалізації економіки, інформаційними змінами, посиленням конкуренції, набуттям інформації вартості, створенням корпоративних, регіональних мереж, а також всесвітньої мережі Інтернет.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Куліш Т.В., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Щоб бути конкурентоспроможними на ринку та задовольняти потреби споживачів підприємства повинні приймати правильні рішення, які б в подальшій діяльності принесли позитивні результати. Такі рішення можуть прийматися лише на основі використання такого інструменту маркетингу як маркетингові дослідження.

Роль маркетингових досліджень полягає в оцінці потреб, запитів і попиту споживачів, яка допомагає створенню програми їх задоволення, ідентифікації та визначення як проблем, так і можливостей підприємства здійснити та оцінити свою маркетингову діяльність.

Основні завдання маркетингових досліджень:

- розрахувати величину попиту та пропозиції;
- встановити умови досягнення оптимального співвідношення між попитом та пропозицією;
- дослідити поведінку споживача;
- оцінити діяльність підприємства та його конкурентів;
- визначити конкурентоспроможність продукції й підприємства на ринку;
- зорієнтувати виробництво на випуск товарів, підкріплених вимогами споживачів;

- розробити та здійснити програму маркетингу.

Маркетингові дослідження допомагають визначити підприємствам можливі напрямки розвитку бізнесу. Їх необхідно проводити при прийнятті рішень: про вихід на нові ринки; про просування нового продукту; про ребрединг; про визначення ціни на продукцію компанії; про канали і методи просування товарів; про формування політики збуту й методи стимулювання клієнтів.

Метою проведення маркетингових досліджень є виявлення маркетингових можливостей та розробка стратегій використання цих можливостей щодо прийняття оптимальних управлінських рішень розвитку підприємства.

При проведенні маркетингових досліджень використовують сучасні методи, які дозволяють отримати максимально об'єктивні результати (табл. 1).

Таблиця 1

Сучасні методи проведення досліджень

Методи проведення досліджень	Сфера застосування
Опитування	визначення міри мотивації та лояльності споживачів щодо конкретної торгової марки; оцінки ефективності маркетингових зусиль підприємств-товаровиробників
Глибинне інтерв'ю	дослідження складних поведінкових ситуацій; обговорення конфіденційних проблем чи ситуацій.
Фокус-група	дослідження запитів споживачів; вивчення розмовного словника споживачів та емоційної й поведінкової реакцій на певні види реклами .
Експертне опитування	ефективний при необхідності знати думку фахівців в конкретній області.
Проекційні методи	для добору ефективного словника рекламних статей; вибору емоційно вигідного кольору та дизайну логотипа, товару, упаковки; виявлення ефективного каналу поширення рекламних або інформаційних матеріалів.
Спостереження	дослідження ситуацій здійснення споживчого вибору.
Експеримент	визначення ефективності реклами, випуску нових товарів
Контент-аналіз	оцінка частоти появи реклами товару конкретної торгової марки у ЗМІ
Hall-test	оцінка споживчих властивостей товару за різними характеристикам з метою їх поліпшення та отримання інформації про поведінку споживачів.
Home-test	перевірка сприйняття споживчих властивостей товару

	та визначення оптимальної ціни товару та інших характеристик.
Mystery Shopper	перевірка якості обслуговування, компетентності персоналу та виявлення резервів розвитку організації

Отже, для успішного функціонування та для задоволення потреб споживачів підприємствам потрібно обов'язково проводити маркетингові дослідження по всіх напрямках своєї діяльності, застосовуючи для цього новітні технології та всі можливі засоби, що сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності та прибутковості.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ЗА ВІТЧИЗНЯНИМИ І ЗАРУБІЖНИМИ ПРАВИЛАМИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ОКРЕСЛЕННЯ МЕЖ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Левченко О.П. к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Витрати підприємства є основним об'єктом, на який спрямовані дослідження фахівців у галузі управлінського обліку. Логіка такого спрямування така: у витрати конвертуються усі активи та зобов'язання, а собівартість продукції – головний економічний індикатор, контроль за яким через застосування відповідних управлінських заходів підприємець або менеджер здатний забезпечити самостійно. Із трьох основних економічних компонентів бізнесу (активів, доходів та витрат) управлінський облік повноцінно впливає на витрати, управління, якими характеризує ефективність використання активів та обґрунтованість прийняття рішення. Це прямо впливає на економічну безпеку, стабільність розвитку підприємства та його прибутковість. Основні методи управлінського обліку, розроблені західною бухгалтерською наукою, також орієнтуються на витратну складову економічного життя підприємств. Але управлінський облік в Україні, незважаючи на те, що вітчизняні економісти знайомі з ним близько 20-ти років, не набув масового поширення на практиці. Основними причинами, які зумовлюють відставання вітчизняних підприємств від зарубіжних, є жорстка регламентація правил фінансового обліку за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Питаннями розвитку управлінського обліку займалися вітчизняні та зарубіжні вчені: К. Друрі, В.Ф. Палій, Л.І. Хоружий, В.Б. Моссаковський. В останні роки у вітчизняних фахових виданнях все частіше публікуються статті, присвячені теоретичним аспектам управлінського обліку в різних сферах господарської діяльності. Але

причини значного відставання в розвитку фінансової бухгалтерії в них не розкриваються.

Метою цієї статті є порівняння міжнародних та національних правил обліку витрат, ступеня його регламентації, що доводить наявність оберненого зв'язку між стандартизацією бухгалтерського обліку та розвитком його управлінської складової.

Більшість учених визначають 6 підходів до розуміння сутності управлінського обліку, які умовно можна звести у 2 групи:

1. Управлінський облік – це облік витрат і калькулювання собівартості;

2. Управлінський облік – це комплексна система інформаційного забезпечення внутрішніх потреб підприємства.

Обидва твердження правдиві для розгляду системи обліку. При цьому приналежність управлінського обліку до системи бухгалтерського не викликає сумнівів, і не лише з позицій суб'єктів його ведення, а і законодавства (визначення терміну «управлінський облік» закріплене у Законі про бухгалтерський облік).

Мета управлінських облікових процедур – це формування та професійне пояснення інформації про витрати і собівартість.

Значну частину бухгалтерської роботи нині, в умовах концентрації економічних та частини управлінських функцій у руках бухгалтерів, становлять планування, контроль і аналіз.

Основним об'єктом управлінського обліку є витрати. А оскільки система обліку умовно поділяється на дві ключові підсистеми, то управлінський облік охоплює всі функції, виконання яких не забезпечує система фінансового. Чим ширшу свободу вибору інструментів обліку витрат і чим більшу варіативність можливостей калькулювання собівартості продукції надають бухгалтерам стандарти обліку, тим більший масштаб має управлінська бухгалтерія.

Із викладеного вище можна зробити висновок, що слабкий розвиток вітчизняного управлінського обліку на теоретичному та прикладному рівні пояснюється жорсткою регламентацією правил офіційного фінансового обліку.

Нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку в Україні майже повторює перелік міжнародних регламентів. Але, незважаючи на це унікальним для нашої держави є П(С)БО 16 «Витрати», адже, як відомо, в структурі МСБО відсутній окремий стандарт з обліку витрат. Незважаючи на відсутність окремого стандарту, в міжнародній практиці існують ширші, ніж в Україні, можливості побудови обліку витрат виробництва. Ці можливості передбачені МСБО 1 «Подання фінансової звітності», який визначає, що пріоритетом для підприємства має бути розгорнуте представлення витрат.

Окрім загальних вимог до подання інформації про витрати, міжнародні стандарти фінансової звітності регламентують склад та принципи визнання витрат, пов'язаних з виробництвом продукції та формуванням її собівартості. Такі правила містяться у МСБО 2 «Запаси». За відсутності окремого стандарту, саме МСБО 2 регламентує облік витрат та визначення собівартості виробництва продукції, називаючи такі процеси «переробкою запасів».

П. 12 МСБО 2 визначає, що витрати на переробку запасів охоплюють витрати, прямо пов'язані з одиницями виробництва, та передбачає систематичний розподіл постійних та змінних виробничих накладних витрат, що виникають при переробці матеріалів у готову продукцію. До постійних виробничих накладних витрат відносять непрямі витрати на виробництво, які залишаються порівняно незмінними незалежно від обсягу виробництва, такі як амортизація, утримання будівель і обладнання заводу, а також витрати на управління та адміністративні витрати заводу. Змінні виробничі накладні витрати – це такі непрямі витрати на виробництво, які змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно обсягу виробництва (п.12).

Як у МСБО, так і у вітчизняному стандарті розподіл постійних виробничих накладних витрат на витрати, пов'язані з переробкою, базується на нормальній потужності виробничого устаткування. Такий розподіл запроваджено для того, щоб сума постійних накладних витрат, розподілених на кожен одиницю виробництва, не зростала внаслідок низького рівня виробництва або простоїв. Якщо нормальний рівень виробництва переважає над фактичним, нерозподілені накладні витрати визнаються витратами того періоду, в якому вони були понесені. Якщо ж фактичний рівень виробництва вищий, ніж нормальна потужність, то сума постійних накладних витрат, розподілених на кожен одиницю виробництва, зменшується так, щоб запаси не оцінювалися вище собівартості. Правила фінансового обліку витрат забезпечують бухгалтерів та управлінський персонал підприємства інструментом контролю та оцінки втрат від недовиробництва, спричинених як зовнішніми факторами, так внутрішніми екстерналіями – недоліками планування, неналежним наглядом за засобами виробництва тощо.

Однак показники нормальної потужності використовують у своїй роботі підприємства не всіх галузей національної економіки. Так, у обох стандартах зазначено, що при розподілі виробничих накладних витрат можна використовувати фактичний рівень виробництва, коли він приблизно дорівнює нормальній потужності. Наприклад, сільськогосподарським підприємствам, відповідно до Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості

продукції (робіт, послуг) у цій галузі, запропоновано за замовчуванням вважати фактичні показники діяльності «нормальними», що унеможливорює аналіз причин недовиробництва продукції порівняно з показниками останніх років.

Отже, у міжнародних стандартах аналог вітчизняних витрат виробництва на прямі та загальновиробничі полягає у розподілі витрат на прямі і накладні. Частина загальновиробничих витрат у вітчизняному трактуванні аналогічна накладним витратам у МСБО 2. Однак інша частина витрат, які у вітчизняному законодавстві належать до прямих, у міжнародних стандартах є накладними. У П(С)БО накладні виробничі витрати включають тільки витрати з управління виробництвом та на виконання допоміжних функцій. П(С)БО 16 детально пояснює, які саме витрати включаються до загальновиробничих. На відміну від П(С)БО 16, МСБО 2 формулює правило, яке визначає непрямі виробничі витрати і принцип їх розподілу. В МСБО перелік накладних витрат визначається цим правилом, а не детальними інструкціями, як в П(С)БО. Таким чином, згідно МСБО при підготовці звітності зарплата виробничого персоналу, якщо вона не попередметна або не погодинна, амортизація, ремонт та техобслуговування, витрати на управління включаються до накладних виробничих витрат, у той час як П(С)БО 16 дає вичерпний перелік всіх можливих витрат, які включаються до загальновиробничих. І саме звідси слідує висновок, що частина накладних виробничих витрат за міжнародними стандартами не включена до списку загальновиробничих за національним П(С)БО.

Отже, П(С)БО 16 взагалі обминає непрямі виробничі витрати, окрім зазначених в переліку загальновиробничих витрат. Також частина витрат, яку необхідно відносити до непрямих постійних виробничих витрат, віднесена правилами стандарту до прямих витрат. Ця різниця є суттєвою порівняно з правилами МСБО. Вона проявляється і у визначенні «інших прямих витрат» П(С)БО 16, де вимога економічної доцільності при віднесенні до конкретного об'єкта витрат взагалі не згадана. Можливо, саме тому непрямі витрати, такі як амортизація і орендна плата, які, як правило, потрібно розподіляти за МСБО 2, стали прямими у вітчизняному стандарті.

Відповідно, якщо схожі витрати в МСБО і П(С)БО не визначені однаково як прямі або непрямі, в ситуації, коли виробництво не працює на повну потужність, у калькуляціях за кожним зі стандартів продукція буде мати різну собівартість. А тому цілком можливий варіант, при якому виробнича собівартість продукції, що вироблена та зберігається на підприємстві, відповідно до П(С)БО буде вищою через включення частини непрямих витрат, які необхідно визнати не в її складі, а прямо у витратах періоду.

Згідно із МСБО 2, до собівартості продукції не включаються витрати, що перевищують встановлені нормативи, витрати на зберігання продукції та частина адміністративних витрат, яку неможливо пов'язати з виробництвом продукції, а також непрямі витрати на збут. Натомість П(С)БО 16 не включає до собівартості продукції адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати. Подібні до норм п. 15 МСБО 2 обмеження дає п. 14 П(С)БО 9 «Запаси», який визначає, що до первісної вартості запасів не включаються понаднормові нестачі і втрати запасів, витрати на збут та загальногосподарські витрати. Але у характеристиці цих витрат між стандартами є одразу декілька різниць:

- поняття «понаднормові відходи матеріалів» (за МСБО) і «понаднормові нестачі запасів» (за П(С)БО) мають різну економічну сутність;
- наднормативні виробничі витрати, які відрізняються від матеріальних, у МСБО 2 не включаються до собівартості продукції, а у національному стандарті 16 належать до собівартості реалізації;
- адміністративні витрати за правилами П(С)БО не включаються до собівартості продукції взагалі, а за МСБО проходять «випробування економічної доцільності».

У системі міжнародних стандартів фінансової звітності питанням обліку виробничих витрат підприємств та формування вартості їх продукції (запасів) приділено значну увагу, але головним недоліком залишається те, що ці питання не зосереджено в окремому стандарті. Як засвідчив аналіз положень МСБО 1 та МСБО 2, що стосуються обліку витрат підприємства та відображення інформації про них у фінансовій звітності, вітчизняні П(С)БО в значній мірі повторюють норми зазначених вище стандартів. У той же час П(С)БО 16, не маючи прямого аналога в системі МСБО, допускає наявність різниць у класифікації витрат та у їх віднесенні на собівартість виготовленої продукції, які були досліджені вище. При цьому вітчизняні правила обліку витрат не характеризуються такою гнучкістю, яку має регламент фінансового обліку за МСБО. Можливості включення до собівартості всіх витрат, які мають зв'язок з виробництвом продукції, які забезпечує МСБО 2, дають підстави для висновку, що саме це допомагає професійним бухгалтерам Заходу у розробці методів управлінського обліку. Тому одним із кроків на шляху розвитку управлінського обліку в Україні має стати подібне надання можливостей для застосування фахівцями бухгалтерського профілю власних професійних суджень для обліку витрат виробництва. В той же час для забезпечення широкого поширення зарубіжних методів обліку витрат важливою є розробка методичних рекомендацій з управління собівартістю в різних за типами, розмірами, формами господарювання та галузевою приналежністю підприємствах.

СТРАТЕГІЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Ортіна Г.В., к.е.н., доцент

Національний університет цивільного захисту України.

Виклики теперішнього світу: зміна ринків, продуктів, розвиваються технології, економіка стає все більш глобалізованою і непередбачуваною. Спрогнозувати майбутнє стає все складніше, фактично неможливо. Створювати стратегічні плани, нехай навіть гнучкі, адаптовані до потенційних змін, вже неефективно. Епоха змін, яку викликала інформаційна революція, розвиток ІТ-технологій, вимагає від фахівців, які займаються стратегічним плануванням, не лише знання і використання методів стратегічного аналізу, але й формування відповідного типу мислення для продукування нових унікальних ідей. Стратегічне мислення можна вважати і як наступним етапом розвитку стратегічного планування, і як обов'язкову складову ефективного процесу стратегічного планування.

Стратегічне мислення як основа стратегічного планування тісно пов'язане із психологією. Щоб зрозуміти суть стратегічного мислення, визначити його особливості, характеристики, джерела формування, звернемось до досліджень психологів щодо мислення.

Основною характеристикою стратегічного мислення є усвідомлення мети розвитку підприємства та способів її досягнення. Воно базується на твердженні про необхідність спостереження за зовнішнім і внутрішнім середовищем (для визначення мети та способів досягнення), формування стратегій та рішень, що з них випливають, а також налагодження такої діяльності, яка дасть змогу забезпечити їх здійснення.

Коли деяка особа намагається з'ясувати ситуацію, в якій опинилося підприємство або його підсистема її стратегічне мислення починається, з визначення проблем, для розв'язання яких їй необхідно здобути і застосувати нові для себе знання та дії, з оцінювання наслідків різних варіантів рішень (або їх відсутності). Оцінка можливостей вирішення проблем, вибір методів та інструментів залежить від цілей, які існують та формуються в організації (на підприємстві), а також від ступеня підготовленості та типу мислення конкретного фахівця.

Враховуючи різноманітність підприємств, необхідність вибору найбільш ефективного шляху їх розвитку, можна стверджувати, що минулі знання та досвід, так звані «готові рецепти» для кожного конкретного випадку знайти зазвичай неможливо. Тільки стратегічне мислення, яке спрямоване на пошук і створення нових знань, може допомогти в цьому. Стратегічне мислення можна схарактеризувати такими загальними ознаками: цілеспрямованість та перспективність;

наукова орієнтація, інноваційність та творчість; реалістичність, здоровий глузд та конструктивність, системність та масштабність, гнучкість та самостійність.

Розглянувши головні властивості стратегічного мислення, можемо стверджувати, що кожний менеджер, підрозділ, організація в цілому мають цілеспрямовано опановувати стратегічне мислення, яке є передумовою формування стратегічної поведінки. Синтез основних характеристик у цілісне бачення головних напрямків розвитку дозволяє забезпечити існування організації в довгостроковій перспективі. Узагальнивши сказане, можна сформулювати основні переваги стратегічного мислення.

Стратегічне мислення передбачає:

- усвідомлення управлінської ієрархії та послідовності встановлення пріоритетів, коли йдеться про відповідь на запитання: чого ми хочемо досягти та в який спосіб;
- орієнтацію на розпізнавання та адекватне реагування на зміни в середовищі, ідентифікацію нових можливостей та потенційних загроз;
- логічне обґрунтування форм і методів залучення та напрямків використання інвестицій, а також персоналу відповідної кваліфікації для забезпечення розв'язання проблеми довгострокового розвитку фірми;
- координацію стратегічних і поточних, функціональних та виробничих, аналітично-планових і виконавських напрямків діяльності в організації;
- усвідомлення можливостей та масштабів впливу організації (або їх сукупності) на формування середовища, а не лише реагування на зміни;
- орієнтацію на керівництво процесами розвитку підприємства в довгостроковому періоді завдяки формуванню відповідної системи стратегічного управління, що виявляється в налаштованості на ініціювання та очолювання процесу змін, а не на захист і на-слідування.

Стратегічне мислення базується на усвідомленні насамперед керівниками та всім персоналом власної відповідальності за довгострокове існування та розвиток підприємства, необхідності відповідного управління цим процесом і забезпечення орієнтації всіх видів діяльності на створення та підвищення конкурентоспроможності, фінансового успіху впродовж тривалого періоду.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Педченко Г.П., к.е.н., доцент

Власюк Ю.О., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Кризові явища у вітчизняній економіці негативно впливають на рівень добробуту громадян, які працюють, в тому числі в підприємницькій сфері. Зниження рівня доходів населення спричиняє скорочення їхнього платоспроможного попиту, що впливає на зменшення обсягів виробництва. В умовах кризи роботодавці не мають змоги підвищувати, а іноді й виплачувати заробітну плату. У підприємницькій сфері відбувається суттєве скорочення кількості найманих працівників, загострюються диспропорції між розвитком наукоємних виробництв та примітивізацією економічної структури, спостерігається деградація певних галузей.

За сучасних умов підприємництво може вирішити певні проблеми економічної стабілізації та соціального розвитку суспільства. Адже як невід'ємний фактор ринкової економіки воно виконує низку функцій, зокрема – створення нових економічно доцільних робочих місць у легальному секторі економіки, що здійснює позитивний вплив на розвиток продуктивної зайнятості населення і зниження рівня безробіття.

За останні п'ять років чисельність зайнятого населення в Україні скоротилася до 16,3 млн. осіб, тобто майже на 4 млн. осіб. У тому числі майже на 2 млн. осіб скоротилася кількість зайнятих у підприємстві, котра, як правило, складає не менше половини зайнятого населення країни.

Основним джерелом доходів громадян в Україні є заробітна плата. Вона спрямована на винагороду працівників за виконану роботу і на мотивацію досягнення бажаного рівня продуктивності. У структурі доходів населення України частка заробітної плати коливається у межах 39-40,8%. Тому правильна організація системи регулювання оплати праці є важливим інструментом забезпечення добробуту громадян.

У світі сформовано три типи регуляторної політики у сфері доходів і заробітної плати, які використовуються і в Україні, зокрема: контроль за інфляцією за допомогою податків і фіскальних заходів; державне регулювання доходів; політика тристоронньої співпраці. Прожитковий мінімум є показником мінімального складу і структури споживання матеріальних благ і послуг, які є необхідними для збереження здоров'я людини і забезпечення її життєдіяльності. Цей соціальний стандарт використовується насамперед для обґрунтування мінімального рівня оплати праці.

Серед країн світу мінімальна зарплата різниться відповідно до розвитку економіки. Найгірші соціальні гарантії в Уганді, Бурунді, Сьєрра-Леоне, М'янмі (Бірма) та Кубі, адже мінімальна зарплата в цих країнах менше 10\$. Найкраще за гарантованою оплатою праці відчують себе громадяни Норвегії, Австралії, Люксембургу, Монако, Сан-Марино, Нової Зеландії та Бельгії, де мінімальна місячна оплата праці законодавчо закріплена на позначці не менше 2 тис. дол. В Україні в 2017 році її рівень становить близько 123 \$.

З одного боку в Україні поступово спостерігається все більший відрив середньомісячної заробітної плати від прожиткового мінімуму, що є досить позитивним явищем, адже, на перший погляд, свідчить, що працюючий громадянин має змогу забезпечити себе необхідним набором продуктів та послуг, а також частину коштів витратити на заощадження або інші товари та послуги, які не належать до вкрай необхідних для життя та існування. З іншого боку, середній розмір оплати праці в підприємстві стабільно є нижчим за середньоукраїнський. До того ж, прожитковий мінімум – це не єдиний соціальний стандарт, який необхідно враховувати при визначенні рівня добробуту громадян.

Важливим показником є співвідношення мінімальної і середньомісячної зарплати. У розвинутих країнах це співвідношення іноді називають індексом Кейтса (Kaitz index). Чим більший цей індекс, тим сильнішим є вплив МЗП на розподіл доходів у країні. У 2013 році співвідношення МЗП і середньої зарплати становило 37,9 % і протягом 5 років дане співвідношення знизилося до 32,8 % у 2016 р. При цьому, за прийнятими стандартами мінімальна заробітна плата має становити не менше 45–50% фактичного розміру середньої заробітної плати.

В Україні спостерігається явна міжгалузева диференціація в рівнях оплати праці. На тлі істотно вищої за середньоукраїнський рівень заробітної плати у сферах, наприклад, авіаційного транспорту, фінансової та страхової діяльності, інформації та телекомунікації рівень оплати праці в галузях сільського, лісового та рибного господарства, будівництва, тимчасового розміщування й організації харчування, освіти, охорони здоров'я та надання інших видів послуг жодного разу за досліджуваний період не сягнули середнього по країні рівня заробітної плати.

Збільшення рівня заробітної плати у 1,5-2 рази протягом останніх 5 років майже у всіх сферах економіки, навряд чи свідчить про однозначне збільшення рівня добробуту населення, оскільки офіційна статистика показує зростання номінального рівня оплати праці.

Номінальна і реальна заробітна плата не завжди змінюються в одному і тому самому напрямі. Номінальна заробітна плата може підвищитись, а реальна заробітна плата в той же час – знизитись, якщо

ціни на товари і послуги зростали швидше, ніж номінальна заробітна плата. Така ситуація характерна і для України (рис. 3). Зниження темпів зростання реальної заробітної плати – негативна тенденція, яка призводить до стагнації, погіршення рівня життя.

Інтерес роботодавців до ефективного використання персоналу зумовлений, насамперед, наявністю витрат на його утримання і прагненням максимізувати їх віддачу. Ефективність використання трудового ресурсу, тобто ефективність роботи персоналу, полягає в досягненні суб'єктом господарювання максимальних результатів при використанні наявної кількості працівників певних професій, кваліфікацій тощо. Порівнюючи результативні показники діяльності працівників з витратами на їх утримання та аналізуючи їх динаміку, можна оцінити ефективність витрат на персонал. Ефективність використання трудового ресурсу, тобто ефективність роботи персоналу, полягає в досягненні підприємством максимальних результатів при використанні наявної кількості працівників певних професій, кваліфікацій тощо. З цією метою рекомендується розрахувати вартість виготовленої продукції на одиницю загальних витрат на персонал.

Аналіз ефективності витрат на персонал в підприємстві за 5 років показав, що віддача на них щороку зростає. Так, на тлі підвищення витрат на персонал в розрахунку на 1 зайнятого у підприємницькій сфері на 12,6 тис. грн. (на 44,2%) обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в розрахунку на 1 зайнятого збільшився на 163,5 тис. грн. (на 38,1%), таким чином, на віддачу продукції підприємництва на кожну гривну, витрачену на персонал, зросла з 11,4 до 14,4 грн. (на 27 %).

Оцінити вплив підвищення заробітної плати на зайнятість та добробут населення дуже складно, тому що досить складним представляється прогнозування поведінки тіньового сектору, який є дуже великим в Україні. В якості інструментів скорочення витрат на оплату праці підприємці нерідко використовують наступні заходи:

переведення працівників на часткову зайнятість, як справжню, так і «умовну», з фактичною повною зайнятістю при формальному зниженні навантаження. Від такої стратегії не очікується втрат доходів населення та надходжень до бюджету суб'єкта підприємництва. Однак тривалий і масовий перехід навряд чи буде можливим з огляду на питання, які можуть виникнути в органів контролю;

збільшення частки працівників у неоплачуваних адміністративних відпустках. У випадку стрімкого підвищення мінімальної заробітної плати та недостатнього попиту, але при очікуванні збільшення попиту в найближчій перспективі, це може дати можливість бізнесу знайти кошти на збільшення оплати праці, але може призвести до певних втрат втрати як доходів, так і бюджету від

цієї категорії працівників;

переведення зайнятості працівників в неформальну, коли можна очікувати втрати бюджету, збільшення безробіття, необхідності збільшити видатки Державної служби зайнятості.

Для зменшення перебування заробітної плати у тіні, перш за все необхідно мотивувати та стимулювати роботодавців до офіційного найму працівників та відображення реально виплачуваної заробітної плати. Їхні втрати від перебування у нелегальному секторі економіки мають бути значно вищими, ніж у легальному.

Мінімальна заробітна плата має використовуватися як інструмент забезпечення належного рівня соціального захисту найменш оплачуваних працівників, а не як метод детінізації оплати праці. Її необхідно застосовувати по-різному в різних галузях економіки і прописувати його дію перш за все у колективних та індивідуальних договорах, що дозволить державі оперативно реагувати та вносити корективи у регулювання оплати праці по галузях, при цьому не змінюючи ситуації в інших галузях.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сахно Л.А., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Обліково-аналітичне забезпечення сталого розвитку підприємства передбачає реалізацію таких функцій, як облік, аналіз і аудит. Ефективність обліково-аналітичної системи залежить, насамперед, від урахування специфіки діяльності підприємства. І оскільки в основі обліково-аналітичної системи лежить системний підхід, що дозволяє розглядати підприємство як складний об'єкт, що складається з низки підсистем, то і обліково-аналітична система на підприємстві повинна складатися з ряду підсистем. У загальному вигляді в обліково-аналітичній системі виділені наступні підсистеми: інформаційного забезпечення, облікова, аналітична і підсистема аудиту. Всі елементи підсистем мають різні цілі, завдання, об'єкти, методи, призначені для різних користувачів інформації. Однак важливою рисою, котра їх об'єднує, є те, що їхня інформація використовується для прийняття рішень на підприємстві. Дослідження принципів формування обліково-аналітичних систем, викладених у працях різних авторів, дозволили виділити наступні:

- виявлення інформаційних потреб і способів найбільш ефективного їх задоволення;
- об'єктивності відображення процесів виробництва, обігу, розподілу та споживання, використання природних, трудових,

матеріальних і фінансових ресурсів;

- єдність інформації, що надходить з різних джерел (фінансового, управлінського, податкового та статистичного обліку), а також планових даних;

- усунення дублювання в первинній інформації;

- оперативності інформації, яка забезпечується застосуванням новітніх засобів обчислювальної техніки.

Об'єктивність відображення процесів виробництва, обігу, розподілу та споживання, використання природних, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів – основна вимога, якому повинна задовольняти діюча нині обліково-аналітична система. На нашу думку, обліково-аналітичне забезпечення сталого розвитку підприємства – це єдність систем обліку, аналізу та аудиту, об'єднаних інформаційними потоками для управління економічними процесами при реалізації напрямків сталого розвитку та варіантів їх фінансування. Таким чином, формування обліково-аналітичної системи є об'єктивною необхідністю і потребою кожного підприємства, котре зацікавлене в проведенні аналізу та оцінки ситуації, формуванні системи необхідних рішень, що дають змогу досягти прогнозовану величину ефективної діяльності.

Виконання вищенаведених завдань на підприємстві може бути досягнуто завдяки функціонуванню інформаційних систем з відповідним програмним забезпеченням.

Сутність обліково-аналітичного забезпечення підприємства визначається низкою факторів, серед яких: галузеві особливості діяльності підприємства, організаційно-правова форма функціонування, обсяг і ступінь диверсифікації фінансово-господарської діяльності, інші об'єктивні та суб'єктивні фактори.

Механізм обліково-аналітичного забезпечення має передбачати збирання інформації, способи її узагальнення та аналізу, а також технології надання безпосереднім користувачам для оцінки рівня та стану економічної безпеки власного підприємства чи його партнерів та/або конкурентів.

Отже, обліково-аналітична система забезпечення виробничо-фінансової діяльності підприємства повинна відповідати вимогам формування необхідних облікових та аналітичних даних, використовувати інформацію зовнішньої та внутрішньої звітності, що забезпечить виконання її аналітичної та контрольної функцій. Обліково-аналітична система управління – це система, що включає облікову, аналітичну та контрольні підсистеми, яка базується на обліковій і позаобліковій інформації, що дає змогу забезпечити необхідною інформацією поточне, оперативне і стратегічне управління підприємством.

Ефективне функціонування підприємства залежить передусім від можливості отримати та використати за прямим

призначенням якісну інформацію про зміну зовнішнього і внутрішнього середовищ певного суб'єкта господарювання. Задоволення інформаційних потреб користувачів — є головним завданням обліково-аналітичної системи.

Базовою основою є облікова підсистема, оскільки саме в ній формується і обробляється інформація, яка використовується для аналізу. Аналітичне забезпечення управлінської діяльності підприємства виконує особливу роль при обробці облікової інформації з метою оцінки її повноти, достовірності, своєчасності із метою подальшого аналізу для виявлення вузьких місць, а також прихованих резервів. Органічну єдність і взаємозв'язок всіх складових підсистем обліково-аналітичної системи підприємства дозволяють, з одного боку, приймати необхідні тактичні рішення в оперативному режимі, а з іншого — розробляти і коректувати стратегії розвитку підприємства на довгострокову перспективу.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ З КРИТЕРІЯМИ ЕФЕКТИВНОСТІ

Синяєва Л.В., д.е.н., професор

Таврійський державний агротехнологічний університет

Всім відомий вислів: «кадри вирішують все». Значна частина керівників вважають персонал одним з слабких місць підприємства, не дивлячись на те, що по суті це один з найцінніших її ресурсів. Як сказав один власник підприємства, «бізнес — це дуже проста річ. Єдина велика проблема у ньому — це люди». Люди — це такі ж складові системи, як, наприклад, верстати, тільки з певною специфікою, вони: а) мають свою думку і б) нераціональні.

У кожному співробітнику закладений значний потенціал, який приносить користь і йому самому, і на користь бізнесу. Кожний співробітник має в рамках підприємства працювати на себе із задоволенням, приносячи при цьому максимальну користь і підприємству.

Основною задачею керівництва є забезпечення підприємства необхідною кількістю персоналу и досягнення максимальної віддачі від нього при мінімально прийнятних затратах. Головним показником у галузі управління персоналом є прибуток на одного співробітника. Інші показники — вторинні.

Витрати на персонал — це інтегральний показник, що охоплює всю сукупність витрат, пов'язаних із залученням, винагородою, стимулюванням, розвитком, вирішенням соціальних проблем, організацією роботи та забезпеченням нормальних умов праці і звільненням персоналу підприємства. До них належать заробітна плата

і нарахування на неї, виплати роботодавця з усіх видів соціального страхування, витрати підприємства на соціальні виплати і пільги (дотації на оплату житла, проїзду, одноразова матеріальна допомога, додаткова пенсія та інші пільги теперішнім та колишнім працівникам), на утримання соціальної інфраструктури і соціальних служб, на навчання та підвищення кваліфікації персоналу, на виплату дивідендів тощо.

Усі витрати на утримання персоналу регулюються:

1. *Через існуючі витрати:* за рахунок обмеження максимального числа працюючих; шляхом припинення найму на роботу; методом активного скорочення персоналу.

2. *Через робочі виплати:* заморожуванням виплат премій, надбавок та доплат (тобто понадтарифних виплат); перерахування підвищення тарифів на позатарифні виплати; коректування внутрішніх фондів соціального забезпечення.

3. *Через аналіз загальних витрат* (визначення можливостей скорочення за рахунок припинення неефективних програм витрат на персонал, можливість зменшення вартості матеріально-технічного забезпечення без втрати загальної ефективності та результативності праці).

4. *За допомогою підвищення ефективності:* однакові результати з меншим персоналом; кращі результати, отримані тим же персоналом.

Вимірювання витрат на персонал засноване на використанні таких підходів:

1) *витратний підхід*, який полягає в тому, що витрати на персонал вимірюються в грошовому вирахуванні інвестиційних витрат на поточне утримання персоналу. Цим намагаються підрахувати скільки коштів може бути витрачено на загальне утримання персоналу на підприємстві. На рахунках, відповідно до розробленого переліку, обліковуються витрати на формування людських ресурсів, які, залежно від змісту, відображаються або як довгострокові інвестиції, або списуються як поточні витрати;

2) *підхід приблизної оцінки поточної вартості персоналу* базується на створенні зразкової оцінки поточної вартості персоналу. Це досягається шляхом оцінки поточної вартості окремого працівника, вираженої в гривнях, і її множать на число років, протягом яких робітник, імовірно, залишиться як робоча сила. Цей спосіб спрямований на оцінку вартості на основі того, які витрати будуть понесені під час переміщення найнятого персоналу. Таким чином така оцінка є приблизною і залежить від узагальненого підходу до оцінки середньооблікової вартості одного працівника для організації;

3) *метод економічного аналізу й обліку людських ресурсів* (human resources accounting). Цей метод базується на тому, що

врахування витрат на персонал ведеться двома паралельними методами – звичайною витратною оцінкою, та методом спеціально затвердженого переліку витрат на «людські ресурси». В залежності від змісту витрати на «людські ресурси» розглядаються або як довгострокові вкладення, які збільшують розмір функціонуючого «людського капіталу», або списуються як втрати;

4) *метод, заснований на оцінці витрат на придбання персоналу і його заміну.* Засновується на детальній оцінці витрат як з боку працівників кадрової служби, так і загалом на виконанні необхідних процесів

При складанні плану розрахунків витрат на персонал необхідно враховувати *очікувані витрати на персонал*. До очікуваних витрат відносяться:

- витрати на залучення нового персоналу: оголошення в газетах, процедури добору кандидатів, особисті бесіди з кандидатами, поїздки, переїзди тощо. Ці витрати виникають у зв'язку зі звільненням робітників і мають бути прораховані згідно з поточним аналізом можливої плинності кадрів;

- сукупні витрати на розвиток персоналу: проведення навчання та підвищення кваліфікації, фінансування ротації робочих місць, витрати на створення і обслуговування служб за навчання і перенавчання персоналу. Цей вид витрат розраховується згідно з планом розвитку персоналу, з якого впливає кількість витрат на підготовку одного робітника і, відповідно, загальної суми витрат на планову чисельність спрямованих на навчання і підвищення кваліфікації, витрат на забезпечення кар'єрного росту, переміщення персоналу;

- витрати на використання персоналу: додаткові витрати на наставництво, оплату лікування, інші разові матеріальні допомоги або позики. Ці витрати формуються згідно з планом реалізації додаткових програм розвитку персоналу та надання йому соціальної допомоги і т.п., а також непостійні витрати;

- витрати на вивільнення персоналу: грошові компенсації, виплата передчасної пенсії, оплата сумісництва на час пошуку нового працівника.

Підрахувати усі вищеназвані витрати видається нескладною задачею, значно важче провести аналіз загального впливу цих витрат на кінцевий результат діяльності підприємства, а отже на рівень підвищення продуктивності праці, якості продукції, зменшення часу виробництва та гнучкості праці.

Будь-яке підприємство намагається скоротити свої витрати. У багатьох видах бізнесу витрати на персонал є однією з найбільш значних статей витрат. А оскільки справа стосується людей, то перед керівництвом постає дилема: як скоротити фонд заробітної плати

(ФЗП), щоби не демотивувати людей і вони продовжували працювати як мінімум не гірше, ніж раніше.

По-перше, необхідно проаналізувати, яку частку ФЗП складають оклади та інші постійні винагороди, тобто ті, які не залежать від результатів праці співробітників: обсягів продаж, виробітку тощо. Інакше кажучи, необхідно змінити структуру виплат співробітникам на користь змінної частини. Значна постійна частина заробітної плати задає людям неправильні орієнтири: вони звикають отримувати гроші, а не заробляти. Необхідно визначити, яких результатів керівник очікує від кожної посади, сформуванати набір показників і визначати дохід працівників у залежності від результатів їх роботи.

Далі, необхідно поділити співробітників за рівнем їх значущості для підприємства та їх кваліфікації. Відповідно і дохід у них може відрізнятися на порядки. Така практика активно застосовується в консалтингових компаніях.

Після цього необхідно звернути увагу на нематеріальну мотивацію. Якщо люди працюють тільки заради грошей, значить, у роботі з персоналом є значні проблеми. Людина, яка працює тільки заради грошей, як правило, є нелояльною до підприємства.

Значна кількість підприємств несе суттєві втрати через плинність кадрів. Багато часу і грошей необхідно на те, щоби знайти працівника та навчити його. А через деякий час він звільняється, або його вимушені звільнити через непридатність. Це може бути як результатом помилки на стадії підбору кадрів, так і наслідком неумілого керівництва.

Для розрахунку і простеження *взаємозв'язку між плануванням витрат на персонал і критеріями ефективності* застосовуються спеціальні методики, які дозволяють виявити вплив запланованих витрат на одержання кінцевого результату прибутковості підприємства.

Необхідно визначити, чи не перевищують темпи росту заробітної плати загальний рівень зростання продуктивності праці і навпаки, може необхідно підвищити рівень оплати праці та інших витрат на персонал з метою підвищення ефективності праці. Для цього розраховуються відносні показники (індекси) змін кожного показника витрат і загального показника продуктивності праці. Отримані результати порівнюються і аналізуються за допомогою кореляційно-регресійного аналізу, який засвідчує вплив кожного фактора та тісноту взаємозв'язку між ними. А отже, і тісноту взаємозв'язку рівня витрат на персонал з підвищенням ефективності праці.

РИЗИКИ ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕСУ

Тебенко В.М., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Ми самі наділяємо цінністю ті чи інші товари. Знайти те, що цінуватимуть споживачі, і є основою бізнес-ідеї, що може коштувати

Багатьом людям у певний момент життя приходить в голову ідея відкрити власний бізнес. Кожен приходить до цього по-різному. Починаючи свою справу, всі очікують подальшого поліпшення матеріального становища, підвищення свого статусу в очах оточуючих і задоволення своїх амбіцій. Але в будь-якій справі, крім позитивних сторін, існують і негативні. У бізнесі це певні ризики, про які варто постійно пам'ятати.

Найголовніший ризик у будь-якій справі - це те, що бізнес не буде приносити прибуток. Адже успішність бізнесу взаємопов'язана з багатьма обставинами. Це і сама ідея бізнесу, і її реалізація, і актуальність даної ідеї (якщо не брати до уваги зовнішні ризики, такі, як коливання курсу валют, внесення змін у податкову систему, нестійкість поведінки споживачів і конкурентів).

Яку б справу ви не почали, практично в будь-якій сфері ви зіткнетеся з проблемою конкуренції. Новачки в бізнесі часто припускаються помилки на початковому етапі через недооцінку своїх конкурентів і переоцінювання свого бізнесу. Далеко не всі початківці підприємці можуть зайняти своє місце в конкретній галузі та отримувати стабільний високий дохід. Але у конкуренції є й цілком вагомий плюс - де немає суперництва серед підприємств, там і немає клієнтів. Фінансові ризики будуть супроводжувати будь-який бізнес на всіх етапах його ведення. Найбільші вкладення фірма потребує саме на старті. Використовувати для цього власні кошти у підприємця не завжди виходить, тому доводиться звертатися до кредитування або інвестицій. Тут з'являється ризик не отримати кредит, а отримавши його є ризик не повернути. На наступних етапах бізнесу значимість фінансів тільки підвищується. Вміти правильно управляти коштами - одна з основоположних якостей успішного бізнесмена, так само, як і постійно оцінювати фінансове становище.

Неясність майбутнього – ризик, що найбільш не піддається управлінню. Багато підприємців-новачків в малому і середньому бізнесі починають будувати свою роботу на короткостроковій основі,

але ризик невизначеності майбутнього від цього не зменшується. У новому бізнесі варто взагалі забути слово «стабільність». Неможливо передбачити, як поводитимуться клієнти, конкуренти, яка буде державна економічна політика. Засоби, які може використовувати бізнесмен у боротьбі з ризиками - це гнучкість, раціональність, швидке пристосовування до мінливих умов і своя власна стратегія на ринку.

Крім ризиків підприємства, існують ризики для самого бізнесмена. Ведення свого бізнесу забирає масу часу, з'являється ризик зіпсувати або втратити відносини зі своїми друзями, близькими, або ризик погіршення здоров'я через втому. Тому будь-якому починаючому бізнесменові необхідно правильно планувати свій час так, щоб вистачало і на роботу, і на сім'ю, не втративши при цьому великої частини прибутку і не зіпсувавши своє здоров'я.

Підприємницький ризик характеризується як небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи недоотримання доходу в порівнянні з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів. Іншими словами ризик - це погроза того, що підприємець зазнає втрат у вигляді додаткових витрат, понад передбачені прогнозом, програмою його дій або отримає доходи нижчі за ті, на які він розраховував. Таким чином, зниження величини передбачуваного доходу, так звана упущена вигода, також входить у категорії ризику.

Важливим документом, який передуює початку діяльності підприємства, є підприємницький бізнес-план. Структура та зміст його суворо не регламентуються. Бізнес-план – це документ, у якому описуються всі основні аспекти підприємницької діяльності, аналізуються головні проблеми, з якими може зіткнутися підприємець, та визначаються основні способи вирішення цих проблем.

Щоб заручитись підтримкою інвесторів у бізнес-плані, необхідно не тільки показати потенційні вигоди вкладання коштів у даний підприємницький проект, але також вказати на труднощі, що на них може натрапити бізнес і які загрожуватимуть його існуванню. Ось чому в бізнес-плані необхідно досить детально висвітлити проблеми, пов'язані з ризиками, їх оцінкою та мінімізацією впливу на результати діяльності. Розділ бізнес-плану «Оцінка ризиків» повинен дати відповідь принаймні на два запитання: по-перше, чи керівництво фірми достатньо глибоко розуміє й ураховує ризики, зв'язані з даним бізнесом; по-друге, чи воно може розробити відповідний план дій за

умов невизначеності, конфліктності, браку повної інформації.

Отже, підприємець повинен продемонструвати здатність заздалегідь передбачати можливі види ризиків, визначати джерела їх виникнення та можливі заходи для мінімізації їх негативного впливу. Кращі шанси на успіх будуть тоді, коли ймовірність часу настання та ціна ризику “вгадуються”, прораховуються, коли підприємець має вміння, здатність, інтуїцію приймати та реалізовувати нестандартні рішення, гнучко змінювати стратегію й тактику поведінки у виробництві, комерції, маркетингу, знаходити нові ніші на ринку, реконструювати інформацію.

Ризик недопустимий у тому разі, коли він містить у собі погрозу значних економічних та соціальних витрат, і навпаки, коли є засобом для досягнення суспільно корисної мети, отримання підприємницького прибутку методами, які не завдають шкоди суспільству.

Загальними в господарській практиці є три основні принципи зниження ризиків:

- не ризикувати більше, ніж дозволяє власний капітал;
- не забувати про наслідки ризиків;
- не ризикувати багатьом ради малого.

ВИЗНАЧЕННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Трачова Д.М., к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Кризові явища, які сьогодні спостерігаються в економіці України негативно впливають на фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання, їх потенціал та розвиток. Сьогодні на більшості вітчизняних підприємств спостерігається скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції, висока матеріало- та енергомісткість продукції, значний ступінь зношення основних засобів, що впливає на кінцевий результат діяльності суб'єктів підприємництва. Труднощі суб'єктів господарювання обумовлені зменшенням інвестицій в основний капітал та їх заміна на новій технологічній і технічній основі.

Низькі темпи оновлення основних виробничих засобів багато в чому пов'язані не тільки з відсутністю достатніх власних коштів для відтворення засобів праці, а й з недосконалою амортизаційною політикою суб'єктів малого підприємництва. Для таких підприємств

питання формування амортизаційної політики є суто внутрішнім, оскільки не впливає на базу оподаткування, не контролюється ззовні і не має вираженої грошової чи речової форми.

Питання амортизаційної політики, як важеля формування і оновлення виробничих активів для суб'єктів малого підприємництва і сільськогосподарських підприємств стоїть дуже гостро. Недосконалість вимог до ведення обліку призвело до відсутності урахування амортизаційних сум у складі витрат, а, відповідно і до фіктивного підвищення рівня рентабельності галузі в цілому.

Якщо крупні підприємства, зазвичай мають налагоджений фінансовий і управлінський облік і, як наслідок, враховують амортизаційні відрахування у складі витрат, формують амортизаційний фонд, визначають справедливую вартість активів, які використовують у виробництві, то малі підприємства живуть фактично одним днем, не формують облікову політику та не роблять кроків до переоцінки власних активів, хоча саме у них ця подія не викликає податкових зобов'язань і має здійснюватися регулярно, враховуючи ступінь інфляції в країні.

Однак із відміною спрощеного режиму оподаткування саме сільськогосподарським товаровиробникам необхідно звернути увагу на такі питання формування і здійснення амортизаційної політики, як переоцінка активів і визначення їх балансової вартості.

Для розрахунку амортизації визнається вартість основних засобів та нематеріальних активів без урахування їх переоцінки (уцінки, дооцінки), проведеної відповідно до положень бухгалтерського обліку

Об'єктом оподаткування податком на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень розділу III «Податок на прибуток підприємств» Податкового кодексу України (пп. 134.1.1).

Різниці, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів, формуються відповідно до вимог статті 138 ПК.

Залишковою вартістю основних засобів, інших необоротних та нематеріальних активів вважається сума залишкової вартості таких засобів та активів, яка визначається як різниця між первісною вартістю і сумою розрахованої амортизації відповідно до положень розділу III ПК.

Отже, для розрахунку амортизації відповідно до положень пункту 138.3 ПК визнається вартість основних засобів та

нематеріальних активів без урахування їх переоцінки (уцінки, дооцінки), проведеної відповідно до положень бухгалтерського обліку. Крім того, при розрахунку амортизації основних засобів та нематеріальних активів відповідно до пункту 138.3 ПК балансова вартість основних засобів та нематеріальних активів станом на 1 січня поточного року має дорівнювати балансовій вартості таких активів, що визначена станом на 31 грудня попереднього року.

Безперечно, питання накопичення амортизаційних сум і формування амортизаційного фонду підприємства є перетином інтересів податкової служби та суб'єктів господарювання. Однак зростання економічної ефективності діяльності підприємств обов'язково призведе до збільшення надходжень до бюджету за рахунок зростання оподаткованого прибутку. І саме тому реформування амортизаційної політики повинно відбуватися у двох напрямках – зі сторони держави в першу чергу і зі сторони підприємства у другу.

Обов'язковим кроком до стимулювання оновлення складу основних засобів повинне бути пільгове оподаткування. Підприємства повинні мати економічну доцільність переоцінки необоротних активів без податкових наслідків. Цей, навіть маленький, крок може бути поштовхом до перерахунку амортизації.

По-друге, якщо держава буде сприяти накопиченню амортизаційного фонду, вона буде мати право контролювати процес його формування і використання. В багатьох випадках це також може бути стимулюючим фактором. На даний час жодна форма фінансової звітності або статистичного спостереження не дає повної картини реалізації підприємством амортизаційної політики.

Держава повинна контролювати такі показники, як вартість необоротних активів, суми амортизації, накопиченої на окремому рахунку в банку, суми, витрачені на оновлення необоротних активів за видами діяльності підприємства (в розрізі джерел фінансування, з розподілом їх за видами). Співставлення цих показників а також фінансових результатів діяльності підприємств дозволить контролювати ефективність здійснених заходів з реформування амортизаційної політики та надасть можливість оперативно впливати на її здійснення.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ГОРИЗОНТАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ ПАТ «МИРОНІВСЬКИЙ ХЛІБОПРОДУКТ»

Цемашко Ю.М., студентка 21МБМК

Таврійський державний агротехнологічний університет

Необхідність адаптації вітчизняних підприємств до складних умов реформування економіки зумовила активізацію інтересу до розробки стратегій компаній, оскільки без виявлення перспектив і передбачення майбутніх тенденцій розвитку практично неможлива і розробка тактичних заходів у складних ринкових умовах. Розробка стратегії – це, по-перше, отримання певного уявлення про майбутній розвиток компаній; по-друге, активне використання підприємством сучасних методів управління, що забезпечують певну збалансованість і майбутні напрямки розвитку підприємства.

Стратегії інтегративного росту передбачають збільшення результатів діяльності підприємства внаслідок об'єднання зусиль з іншими підприємствами. А саме стратегія горизонтальної інтеграції передбачає розширення масштабів діяльності підприємства за рахунок об'єднання його зусиль з конкурентним підприємством.

Методичними підходами до формування стратегії горизонтальної інтеграції були як загальнонаукові, так і спеціальні економічні методи, зокрема: експертні оцінки, «дерево цілей», побудова матриці Shell/DPM, карта стратегічних груп, бенчмаркінг, SPACE-аналіз, матриця АДЛ/ЛС та кореляційний аналіз.

Провівши дослідження ПАТ «Миронівський хлібопродукт» було виявлено, що місією підприємства є «бути провідним виробником українського ринку м'яса та досягати високих темпів зростання за всіма бізнес-напрямами». Серед найбільш значимих цілей підприємства слід виділити маркетингові цілі, наприклад, об'єднання з конкурентами допоможе не тільки зменшити їх кількість, а й збільшить власну частку ринку, сприятиме залученню нових споживачів та сприятиме подальшому утриманню лідируючих позицій.

Оцінивши конкурентоспроможність підприємства на ринку м'яса птиці за допомогою моделі Shell/DPM було визначено, що ПАТ «Миронівський хлібопродукт» більш за все підходить стратегія лідерства – підприємство має сильні позиції у своїй галузі, а стратегія розвитку підприємства має бути направлена на захист своїх позицій та подальший розвиток бізнесу.

Дослідження стратегічних альтернатив розвитку ПАТ «Миронівський хлібопродукт» за допомогою SPASE-метода показало, що підприємство займає агресивне положення на ринку м'яса птиці. Воно має конкурентні переваги, які може зберігати та помножувати за допомогою фінансової сили та потенціалу. Загрози – незначні, адже ТМ «Наша Ряба» на ринку м'яса птиці займає стабільні лідируючі позиції.

Тому підприємству слід підтримувати дані позиції, розширювати ринки збуту, просувати наявні або нові бренди, та є можливість освоювати нові сектори ринку.

Щодо стратегії горизонтальної інтеграції автором було запропонована співпраця за контрактом з фермерами та домашніми господарствами задля скупки органічного м'яса птиці та продаж його під новою ТМ «Chicken» - Organic Product.

Органічне фермерство (господарство) чи птахівництво включає ряд заходів, які максимально наближають утримання птиці до природного. Перш за все, це відмова від використання антибіотиків - стимуляторів росту. Але це не означає, що вони не можуть бути використані з метою лікування хворої птиці згідно з рекомендаціями ветеринарної медицини - їх не можна використовувати. Органічна птиця вирощується на спеціально розроблених кормах, що містять тільки крупи, рослинний білок, невелика кількість рибного борошна, а також вітамінні та мінеральні добавки. Часто навіть забороняється використання в кормі такої птиці генетично модифікованих кормів (ГМО). Така продукція коштує дорожче, тому, як зазначено вище, її цільовий сегмент це в основному люди з високим доходом.

Заключення договорів з фермерами на певних умовах дасть змогу отримувати органічну продукцію без витрат на нову організацію власного виробництва. Це дасть змогу не тільки зменшити затрати на виготовлення, а і розвине сучасне фермерське господарство.

Проведено розрахунки вартості заходу та виявлено, що загальні витрати складуть 11438,42 тис. грн. А саме витрати на оплату праці у розмірі 2473,18 тис. грн., амортизаційні відрахування 304,69 тис. грн., основні фонди 4353,47 тис. грн., та інші витрати.

Розрахувавши економічну ефективність свідчать, що при продажі 54418,4 т продукції у рік та витратами у розмірі 2188174,42 тис. грн., чистий прибуток складе 1119688 тис. грн. Рентабельність виробництва складе 51,17%, тоді як рентабельність продажу складе 31,65%.

Тому, можна зробити висновок, що стратегія горизонтальної інтеграції для ПАТ «Миронівський хлібопродукт» є рентабельною та її можна рекомендувати для подальшого дослідження та впровадженні на виробництві.

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБАЛАНСУВАННІ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ І БІЗНЕСУ

Череп О.Г. К.е.н., доцент,
Запорізький національний університет
Директор Бізнес-інкубатора «БІ-Запоріжжя»

Невід'ємними складовими сучасного підприємництва є малий та середній бізнес, на який покладаються функції прискорення структурної перебудови економіки, підвищення організаційної ефективності використання національних ресурсів. За умови виваженої державної політики вітчизняний малий та середній бізнес здатний створити тисячі нових робочих місць і сприяти становленню України економічно розвиненою державою.

За роки незалежності національної економіки в Україні поступово йшло ствердження сектору малого та середнього підприємництва, в якому зайнята майже половини працюючого населення країни. Позитивній динаміці його розвитку сприяли запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва, низка прогресивних норм регуляторної політики, реформування дозвільної системи тощо. В кількісному вимірі стан розвитку малого та середнього підприємництва в Україні поступово наблизився до стану розвитку малого бізнесу в країнах ЄС. Разом з тим, відмічаємо, що вітчизняне підприємництво існує і розвивається в складних умовах трансформаційної економіки і зустрічається з безліччю проблем. На зниження життєздатності суб'єктів малого та середнього бізнесу впливають наявність різного роду адміністративних бар'єрів, обмеження фінансово-кредитних ресурсів, слабкість матеріальної, технічної та кадрової складової діяльності МП [1, с. 117].

Мале підприємництво є важливим елементом ринкової економіки, без якого не може стійко розвиватися держава. Формування сприятливих умов для малого підприємництва забезпечує населенню отримання доходів від господарської діяльності, а місцевим бюджетом – податки. Однак в Україні державна підтримка малого підприємництва поки що не віднесена до основних напрямів у розвитку адміністративно-територіальних одиниць.

Мале підприємництво підтримується тільки на регіональному рівні. Участь місцевих адміністрацій в його розвитку незначна, хоча цей рівень управління найбільш близький і доступний підприємцям. З цього виникає необхідність змістити акценти державної підтримки малого підприємництва на місцевий рівень. Слід враховувати, що повна децентралізація регіональної підтримки розвитку малого підприємництва неможлива [2, с. 52].

Спільні заходи з державної підтримки малого підприємництва на регіональному і місцевому рівнях не набули значного поширення, незважаючи на те, що інтереси влади різних рівнів збігаються. Це зумовлено як недостатністю фінансування з бюджету, так і відсутністю зацікавленості посадових осіб у розвитку малого підприємництва.

З погляду підприємця, держава повинна створювати умови для максимізації прибутку, мінімізації ризику, захисту власності і особи підприємця тощо. З позиції держави підприємець має забезпечувати зростання суспільного добробуту, підтримку зайнятості, економічне зростання, політичну стабільність тощо [3, с. 39].

Слід враховувати той факт, що ринкова економіка не здатна автоматично регулювати економічні й соціальні процеси на користь кожного підприємця і всього суспільства в цілому. Завдання державної політики полягає в досягненні загальної рівноваги, при якій держава прагне підтримувати конкурентну рівновагу, тобто коли споживачі максимізують значення функції корисності, а підприємці максимізують прибуток.

В розвинених країнах широкого розповсюдження сприяння розвитку малих і середніх підприємств набули бізнес-інкубатори, які надають інформаційно-консультативну підтримку створення і розвитку підприємств малого бізнесу, здійснюють навчання спеціалістів в сфері підприємництва.

Підтримка, яка забезпечується інкубацією, значною мірою допомагає початківцям набутти необхідного професіоналізму щодо вибраної сфери діяльності, сприяє подоланню ринкових і штучних бар'єрів під час створення бізнес-структури та на початковому етапі розвитку. Джерелами фінансування вітчизняних бізнес-інкубаторів, найчастіше, є кошти міжнародних грантових програм і лише невеликою мірою — кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів. Таким чином, можна зробити висновки, що державна підтримка малого бізнесу є складовою державної політики, яка повинна не тільки створювати сприятливі умови для розширення сектору дрібних підприємств, а й безпосередньо підтримувати їх. У цьому зв'язку пріоритетними напрямками вдосконалення механізму державної підтримки малого бізнесу мають бути:

- удосконалення законодавчої та нормативної бази, що регламентують діяльність малого підприємництва;
- зміцнення фінансово-кредитного забезпечення розвитку МП;
- запровадження системи організаційно-освітніх заходів, що спрямовані на підвищення знань і навичок фахового рівня у питаннях ведення бізнесу;
- формування системи інформаційно-консультаційного обслуговування;
- сприяння розвитку лізингових компаній.

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Шквиря Н.О., к.е.н., доцент,

Таврійський державний агротехнологічний університет

У сучасних умовах поживати інноваційну діяльність надзвичайно важко. Внутрішні мотиви до інновацій, обумовлені необхідністю заміни застарілого обладнання і освоєння нових технологій з ціллю підвищення конкурентоздатності продукції діють слабо в основному із-за фінансової нестабільності багатьох сільськогосподарських підприємств. Навіть при самому інтенсивному впровадженні ринкових структур інноваційна активність в найближчий час підвиситься незначно. В цих умовах рішучу роль набувають зовнішні стимули, що виходять із інноваційної політики держави. Так як тенденції розвитку інноваційних процесів в агропромисловому комплексі прямо визначаються політичною обстановкою в країні, економічною кон'юктурою і інноваційним кліматом то роль держави у врегулюванні впливу даних процесів на темпи росту аграрного сектору достатньо висока. А для аграрних регіонів України реалізація власної інноваційної політики АПК, спрямованої на підвищення конкурентоздатності агропромислового виробництва є шляхом забезпечення стабільного та ефективного розвитку сільського господарства.

Інноваційна політика це могутній важіль, за допомогою якого можливо подолати спад в економіці, забезпечити її структурні перебудову, наситити ринок різноманітною конкурентоздатною продукцією. Перехід до інноваційної моделі економіки означає не тільки стабілізацію, але і поступове підвищення технічного і технологічного рівня вітчизняного виробництва, наближення його до рівня високорозвинутих країн світу. Основною ціллю державної інноваційної політики АПК є створення сприятливих правових і економічних умов для підвищення інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів, державної підтримці і стимулюванні інновацій, що забезпечують конкурентоздатність сільськогосподарської продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Також основною ціллю даної політики є продовольча безпека країни.

Для активізації інноваційних процесів в сільському господарстві необхідно розробити чітку послідовну політику, забезпечити створення державної системи інноваційної діяльності і науково-технічного підприємництва, сформував відповідну законодавчо-правову базу. Пріоритетами в інноваційній політиці АПК повинні стати: енерго- і ресурсозберігаючі технології виробництва, зберігання і переробки сільськогосподарської продукції; інновації, що будуть сприяти насиченню зовнішнього ринку недорогими і якісними продуктами

харчування вітчизняного виробництва; інновації, що дозволять підвисити надійність, ефективність машин і механізмів, продовжити їх строк служби, підвисити продуктивність; заходи, що дозволять поліпшити екологічну обстановку.

В створенні інноваційної економіки рішуча роль повинна належати приватному і державному партнерству. Фінансування може здійснюватися або державою, або за допомогою венчурних компаній, альянсів або об'єднань підприємств. Держава має забезпечити: вибір пріоритетів в інноваційній сфері; стратегічне планування, визначення переліку товарів і послуг, які можуть стати предметом державного замовлення; створення умов для залучення крупного капіталу в інноваційні проекти; застосування прямих та непрямих методів мотивації впровадження інновацій.

Виходячи з вищевказаного, інноваційна політика в агропромисловому комплексі повинна здійснюватися на основі:

- інноваційних прогнозів основних напрямків освоєння науково-технічних досягнень в галузях АПК на коротко-, середньо- і довгострокову перспективу;
- вибору і реалізації інновацій, які впливають на підвищення ефективності виробництва і конкурентоздатності продукції;
- створення системи комплексної підтримки інноваційної діяльності;
- розвитку інфраструктури інноваційного процесу, включаючи систему інформаційно-консультаційного забезпечення товаровиробників, а також навчання кадрів;
- підтримці і розвитку науково-технічного потенціалу;
- сприяння розвитку малого інноваційного підприємництва;
- активізації співробітництва на державному і міжнародному рівнях всіх зацікавлених сторін інноваційного процесу;
- створення економічних і правових умов інноваційної політики, удосконалення податкового законодавства.

Перераховані напрямки інноваційної політики повинні реалізовувати органи управління АПК державного і регіонального рівнів. Цілі даних напрямків можна досягти за рахунок впровадження найбільш ефективних інноваційних процесів, які здатні скоротити витрати на виробництво продукції, знизити ціни і призвести до підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва.

ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Яворська Т. І., д. е. н., професор,
Таврійський державний агротехнологічний університет

Формування ринкової системи господарювання в Україні вимагає нових підходів до економічних процесів, пов'язаних із підвищенням підприємницької активності у всіх сферах. За визначенням П. Самуельсона: “Люди завжди прагнуть розпочати власну справу. Вони сподіваються, що їхня справа виявиться успішною. Якщо навіть їм не пощастить заробити більше кількох тисяч доларів на рік, все ж є щось привабливе у можливості будувати власні плани та виконувати різні завдання, до щоденного розв'язання яких дрібний підприємець схильний”.

Згідно з Господарським кодексом України, підприємництво - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Підприємництво у нашій державі може здійснюватися у будь-яких організаційних формах: одноосібне володіння, партнерство (товариство з обмеженою відповідальністю, повне товариство, товариство з додатковою відповідальністю, командитне товариство) та акціонерні підприємства (корпорації), холдинги, різного роду об'єднання.

В аграрному виробництві крім виділених організаційних форм підприємництва офіційно задекларовані приватні підприємства, фермерські господарства, виробничі кооперативи. Проте аграрний устрій України крім юридичних осіб — сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм (у тому числі агрохолдингів) та фермерських господарств представлений ще фізичними особами — господарствами населення, серед яких найвагоміша частиною є особисті селянські господарства (ОСГ). Категорія останніх не віднесена до підприємницької діяльності, хоча четверта частина здійснює її постійно не маючи офіційного статусу.

В Україні виробників сільгосппродукції поділено на дві категорії: юридичних осіб (товаровиробників) — 13 тис. сільськогосподарських підприємств і 39 тис. фермерських господарств, а також фізичних осіб — 4,1 млн особистих селянських господарств (ОСГ). Останнім часом на законодавчому рівні є спроба закріпити діяльність особистих селянських господарств як підприємницьку через створення сімейних фермерських господарств. Створення сприятливих умов для функціонування сімейних фермерських господарств,

особливо на базі особистого селянського господарства товарного спрямування, в Україні важливе для подолання занепаду села, впорядкування організаційної структури сільського господарства яка б забезпечила різноманітність форм власності, систем землеробства, ландшафтів, культури і традицій, більш відповідальне управління природними ресурсами, економічні можливості для сільських жителів, збереження традицій, передачі від покоління до покоління знань, навиків і досвіду ведення сільського господарства тощо.

У науковій літературі виділено особливі критерії ідентифікації сімейної ферми, а саме:

- власником ферми є одна особа або сім'я (як один власник);
- управління і виробничий процес здійснюються в основному самим фермером та його сім'єю;
- тісна інтеграція між домашнім господарством і бізнесом;
- функція контролю повинна належати фермеру;
- сімейні ферми мають одержувати більшу частину своїх доходів від сільського господарства.

Використовуючи наведену ідентифікацію у 2016 році прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств». Одним із важливих складових даного закону є пропозиція оформляти організацію і діяльність селянських фермерських господарств без створення юридичної особи шляхом їх реєстрації як фізичних осіб — підприємців. Проте останнє істотно збільшить податкове навантаження особистих селянських господарств, особливо якщо вони займаються виробництвом тваринницької продукції чи вирощуванням трудомістких сільськогосподарських культур. Також важливе значення має зручність і прозорість виконання процедур, пов'язаних зі зміною статусу, та чітке бачення власниками напрямів державної підтримки новостворених господарств.

Для заохочення особистих селянських господарств товарного спрямування до створення сімейних фермерських господарств, крім відповідного закону, треба акцентувати увагу на впровадженні програм підтримки особистих селянських господарств, не висуваючи вимоги набуття статусу сімейного фермерського господарства як умови одержання цієї підтримки. Також необхідне забезпечення представництва інтересів особистих селянських господарств - потенційних сімейних фермерів в органах виконавчої влади та різних громадських об'єднаннях.