

РОЗДІЛ 8

**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-
ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ КРЕДИТНОГО ХАРАКТЕРУ У БАНКАХ

Баранюк Х.О., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Чинним банківським законодавством України *кредит (кредитні операції)* визначаються як вид активних операцій, пов'язаних з наданням клієнтам коштів у тимчасове користування або прийняттям зобов'язань про надання коштів у тимчасове користування за певних умов, а також надання гарантій, поручительств, авалів, розміщення депозитів, проведення факторингових операцій, фінансового лізингу, видача кредитів у формі врахування векселів, у формі операцій репо, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату процентів та інших зборів з такої суми (відстрочення платежу)[2].

Облік кредитних ліній

Кредитна лінія – вид кредиту, що передбачає можливість поетапного використання кредитних коштів у межах встановленого ліміту (максимальної заборгованості) (Основна кореспонденція представлена в таблиці 1) [1,2].

Залежно від періоду, на який відкривається кредитна лінія, вона може бути короткостроковою (до 1 року) або довгостроковою (понад 1 рік). Короткострокові кредитні лінії відкриваються для фінансування поточних потреб, які виникають у позичальника, а довгострокові — для формування основних фондів, оплати устаткування, фінансування капітальних вкладень, реконструкції і модернізації виробництва, капітального будівництва тощо [2].

Кредитна лінія може бути відкрита як в одній валюті, так і в декількох валютах.

Таблиця 1 – Основна кореспонденція з обліку кредитних операцій (облік кредитної лінії)

Номер строки	Зміст господарської операції	Дебет рахунка	Кредит рахунка
1	Виникнення зобов'язання з кредитування перед клієнтом по кредитній лінії	9129 «Інші зобов'язання з кредитування, які надані клієнтам»	9900 «Контррахунок»
2	Зменшення зобов'язання з кредитування	9900	9129

Облік кредитів овердрафт

Овердрафт — це короткостроковий кредит, який надається клієнту понад залишок коштів на його поточному рахунку в банку в межах встановленого ліміту.

Ліміт овердрафту визначається на підставі даних про фінансовий стан клієнта і залежить від обсягу та динаміки надходжень на його поточний рахунок. Кредит овердрафт та нараховані за ним відсотки погашаються автоматично при поступленні коштів на рахунок клієнта. (Основна кореспонденція представлена в табл. 2) [1,2].

Таблиця 2 – Основна кореспонденція з обліку кредитних операцій (облік овердрафту)

Номер строки	Зміст господарської операції	Дебет рахунка	Кредит рахунка
1	Виникнення зобов'язання з кредитування перед клієнтом з надання йому кредиту овердрафт.	9129	9900
2	Виникає залишок на п/р клієнта.	Поточні рахунки клієнтів (2600, 2605, 2620, 2625, 2650)	Рахунки для обліку грошових коштів та коштів клієнтів
3	Сума зобов'язання з кредитування зменшується на суму наданого кредиту овердрафт	9900	9129
4	Нарахування і сплата відсотків за кредитами овердрафт:		
	— за кредитами овердрафт, наданими суб'єктам господарювання;	2607 «Нараховані доходи за кредитами овердрафт, що надані суб'єктам господарювання»	6020 «Процентні доходи за кредитами овердрафт, що надані суб'єктам господарювання»
	— за кредитами овердрафт, наданими фізичним особам	2627	6040

Облік кредитів, наданих суб'єктам господарювання за операціями репо.

Операція репо – операція, яка складається з двох частин і при якій укладається єдина генеральна угода між учасниками ринку про продаж (купівлю) цінних паперів на певний строк із зобов'язанням зворотного продажу (купівлі) у визначений термін або, на вигоду однієї із сторін, за заздалегідь обумовленою ціною. За своєю економічною суттю операція репо – це кредитна операція, в якій цінні папери використовуються як забезпечення.

Розрізняють два типи операцій репо:

— операція прямого репо – продаж цінних паперів банку з умовою їх викупу в покупця;

— операція зворотного репо – купівля банком цінних паперів з умовою їх подальшого продажу продавцю. (Основна кореспонденція представлена в табл. 3) [1,2].

**Таблиця 3 – Основна кореспонденція з обліку кредитних операцій
(облік операціями репо)**

Номер строки	Зміст господарської операції	Дебет рахунка	Кредит рахунка
1	Зобов'язання банку з надання коштів за операцію репо	9129	9900
2	Надання кредиту суб'єкту господарювання за операцією репо	2010	2600
3	Сума зобов'язання з кредитування зменшується на суму наданих коштів за операцією репо	9900	9129
4	Банком-покупцем (кредитором) за операцією репо придбанні під заставу цінні папери	9500 «Отримана застава»	9900 «Контррахунок»
5	Нарахування процентних доходів за наданими кредитами за операціями репо	2018	6021

Науковий керівник – канд. екон. наук, ст. викладач Мельник Ю.М.

Література

1. План рахунків бухгалтерського обліку банків України, затверджений постановою Правління НБУ від 17.06.2004 № 280.
2. Герасимович А.М., Кіндрацька Л.М. та інші. Облік і аудит у банках: [Підручник] / А.М. Герасимович, Л.М. Кіндрацька // за аг. Ред.. проф. Герасимовича // КНЕУ, 2004. – 536 с.

ПОРІВНЯННЯ ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРИ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ ТА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

**Баранюк Х.О., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

В останні роки в Україні проходить інтенсивне реформування системи бухгалтерського обліку. Головним завданням цього реформування є прискорення проведення змін зв'язаних з вимогами міжнародної ринкової економіки та міжнародними бухгалтерськими стандартами. Основними завданнями реформування системи бухгалтерського обліку в Україні є:

— створення такої системи національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, а також звітності, яка буде відповідати усім міжнародним нормам та стандартам бухгалтерського обліку і яка забезпечить внутрішніх і зовнішніх користувачів отриманням потрібної, правдивої та неупередженої інформації в найкоротші строки, передусім, це стосується інвесторів, які потенційно готові вкладати грошові кошти в розвиток підприємства, з подальшою метою отримання прибутку;

— забезпечення гармонізації реформованих стандартів на міжнародному рівні та за станом економічно-правового середовища та передусім ринкових відносин в Україні.

Основними нормативними документами, що регулюють бухгалтерський облік є: Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» та національні положення (стандарты) бухгалтерського обліку.

Одним з основних етапів трансформації звітності бухгалтерського обліку в країні є – перехід на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, що викликало заміну П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(С)БО 2 «Баланс», П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів», П(С)БО 5 «Звіт про власний капітал», які були затверджені наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 № 87, зареєстрований у Міністерстві юстиції України 21 червня 1999 року за № 391/3684 (із змінами та доповненнями) на Н(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73, зареєстрований у Міністерстві юстиції України 28 лютого 2013 р. за № 336/22868 та П(С)БО 20 «Консолідована фінансова звітність», затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30.07.1999 №176, зареєстрований у Міністерстві юстиції України 12 серпня 1999 року за № 553/3846 (із змінами та доповненнями) на Н(С)БО 2 «Консолідована фінансова звітність», який затверджений наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність», зареєстрований у Міністерстві юстиції України 19 липня 2013 р. за № 1223/23755. Дані зміни призвели до змін і певних особливостей порядку складання фінансової звітності в Україні. Одною із форм фінансової звітності є «Баланс», він складається з багатьох частин, одною із яких є необоротні активи.

Необоротні активи – це сукупність різноманітних матеріальних цінностей, які приймають не одноразову участь в процесі діяльності на підприємстві. Строк використання необоротних активів триває понад одного року.

Порівняння поняття та структури необоротних активів за національними і міжнародними стандартами (табл. 1) – є актуальним, тому що в країні триває перехід на міжнародні стандарти.

З табл. 1 видно, що різниця присутня лише в назві терміна, а смислова частина істотно не відрізняється від національних стандартів, відмінності існують лише у структурі, на відміну від міжнародних стандартів структура необоротних активів є більш розгорнутою.

Таблиця 1 – Порівняння визначень терміну «Необоротні активи» та їх структури за національними та міжнародними стандартами

Визначення необоротних активів	
згідно до М(С)БО 1 «Подання фінансової звітності» та М(С)ФЗ 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність»	згідно до Н(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»
актив, що не відповідає визначенню поточного активу , а поточні активи – це актив, який відповідає будь-якому з таких критеріїв: а) за очікуванням, буде реалізований або призначений для продажу чи споживання у нормальному операційному циклі суб'єкта господарювання; б) утримується в основному з метою продажу; в) за очікуванням, буде реалізований протягом дванадцяти місяців після звітного періоду, або г) є грошовими коштами чи еквівалентом грошових коштів (як визначено в <u>МСБО 7</u>), якщо його обмін або використання для погашення зобов'язання не є обмеженим, принаймні, протягом дванадцяти місяців після звітного періоду	всі активи, що не є оборотними , а оборотні активи – це гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу
склад необоротних активів підприємства	
<ul style="list-style-type: none"> – основні засоби; – нематеріальні активи; – довгострокові фінансові інвестиції 	<ul style="list-style-type: none"> – нематеріальні активи; – незавершені капітальні інвестиції; – основні засоби; – інвестиційна нерухомість; – довгострокові біологічні активи; – довгострокові фінансові інвестиції; – довгострокова дебіторська заборгованість; – інші необоротні активи

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ступницька Т.М.

Література

1. Облік у зарубіжних країнах: [навчальний посібник] / [Л.А. Янковська, З.Б. Живко, І.І. Стеців, Ж.В. Семчук, М.О. Живко, В.М. Мельникович]. – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 384с.
2. www.minfin.gov.ua

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗБЕРІГАННЯ ЗЕРНА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ІЛЛІЧІВСЬКИЙ ЗЕРНОВИЙ ТЕРМІНАЛ»)

**Вечтомова Л.В., студентка ОКР «Спеціаліст» факультет ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Сучасний стан економіки України свідчить про значний інвестиційний потенціал.

Ефективність інвестиційної стратегії залежать від стану виробництва, рівня технічної озброєності основних фондів підприємств, можливостей структурної перебудови підприємств, вирішення соціальних і екологічних проблем. В сучасних умовах інвестиційна стратегія підприємства набуває особливої актуальності як в теоретичному, так і в практичному аспектах. Така ситуація обумовлена гострою потребою в оновленні основних фондів через їх фізичну і моральну зношеність, необхідністю переходу до сучасних технологій та переорієнтації на випуск нової продукції.

Теоретичні і практичні аспекти стратегічного управління впродовж тривалого часу розвивалися багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими, проте деякі його напрямки потребують подальшого опрацювання.

Дослідженню актуальних проблем розробки та обґрунтування інвестиційних проектів, а також вибору джерел їх фінансування присвятили роботи: Александера Г., Амошо О., Бейлі Дж., Бланка І., Бочарова В., Віленського П., Грідчина М., Гуржієва В., Деренська Я., Довбня С., Єрмошкіна О., Ковальова В., Коллер Т., Коупленд Т., та ін. Проте дослідженню інвестиційної привабливості підприємств зберігання зерна приділено недостатньо уваги, що обумовлює актуальність даного дослідження [2].

Метою статті є обґрунтування та управління інвестиційної стратегії на підприємстві зберігання зерна. Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства вкрай необхідна для залучення інвестицій, впровадження інновацій, відновлення конкурентоспроможного виробництва, зростання зайнятості населення країни і як наслідок це призведе до захищеності населення і забезпечення фінансовими ресурсами соціальної сфери країни.

У світовій економічній літературі визначення інвестицій та інвестиційної стратегії розглядаються у трудах таких вчених: М. Портера, Х. Віссеми, А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. Вони інтерпретують інвестиції, як довгострокові вкладення капіталу у власній країні чи за кордоном в підприємства різних галузей, підприємницькі проекти, соціально-економічні програми, інноваційні проекти. Теоретичне пізнання категорії інвестицій знайшло своє відображення і в нормативних актах, зокрема, у Законі України «Про інвестиційну діяльність» [1] та Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» [3].

Об'єкт дослідження є ТОВ «Іллічівський зерновий термінал». Яке має суттєві конкурентні переваги, які дозволяють йому ефективно конкурувати на ринку послуг з перевантаження зерна на воду, у підприємства є стратегічний партнер, який може забезпечити підтримку розвитку ТОВ «Іллічівський зерновий термінал», у зв'язку з цим ІЗТ може й надалі провадити активну інвестиційну стратегію. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, може обґрунтовано виокремити фактори, які створюють привабливість експортування зерна:

- постійно зростаючий попит на зерно на світовому ринку;
- низька собівартість вітчизняного зерна;
- можливість істотно впливати на ціни з боку зернотрейдерів.

На вітчизняному ринку зерна існують наступні стійкі тенденції:

- помірне зростання виробництва зерна;
- погіршення якості зерна (збільшення частки фуражного зерна);
- скорочення внутрішнього споживання зерна;
- нарощування обсягів експортування зерна;
- в структурі експорту зерна переважають три культури: пшениця, кукурудза

та ячмінь;

— найбільший пік експорту зернових здебільшого приходить на перші місяці маркетингового року;

— українське зерно експортується в величезну кількість країн і чим ширша географія – тим більше обсяги експорту;

— державне регулювання зернового ринку.

Предметом дослідження є процес управління інвестиційною стратегією на підприємствах зберігання зерна.

Україна є одним з провідних постачальників агропродукції в світі. З 60 млн га земель країни, 42 млн га оптимальні для сільськогосподарських угідь. При цьому посівні площі під зернові культури в 2012 році склали близько 15,6 млн га. Згідно з прогнозом Міністерства аграрної політики та продовольства України в 2013 році зерновими і зернобобовими культурами планується засіяти 16,2 млн га, що на 3,8 % більше попереднього періоду, у 2014 – маркетинговий сезон припускає бути сприятливим для українських аграріїв, урожай при цьому складе близько 55 млн т експорт збільшиться до рекордного показника в 32 млн т. За 2012/13 маркетинговий рік (МР) з України було вивезено 22,85 млн т зернових, що на 1,26 млн т (5,8 %) більше ніж в попередньому сезоні. В тому числі пшениці експортовано 6,89 млн т (зростання експорту на 1,63 млн т або 31 %), ячменю – 2,13 млн т (зменшення експорту на 0,33 млн т або 13 %), кукурудзи поставлено на зовнішній ринок майже таку саму кількість – 13,6 млн т проти 13,7 млн т в 2011/12 МР. За рахунок високих світових цін валютні надходження від експорту зернових культур в 2012/13 МР зросли майже на 20 % в порівнянні з попереднім періодом і склали 6,3 млрд доларів США. Зокрема, середньозважена вартість (без врахування умов поставки) експорту пшениці в минулому сезоні зросла на 17 % до 286 доларів США/т, ячменю – на 13 % до 282 доларів США/т, кукурудзи – на 11 % до 270 доларів США/т. Найбільшу частку в експорті в минулому сезоні знову зайняла кукурудза – 59 % в порівнянні з 63 % в 2011/12 МР, друге місце посіла пшениця – 30 % (24 % в 2011/12 МР) [4].

При збереженні виявлених тенденцій у майбутньому експортна торгівля зерном буде розвиватися. Проведений аналіз дозволяє зробити висновок щодо привабливості зернового бізнесу та необхідності інвестиційного розвитку підприємства.

Науковий керівник – асистент Коренман Є.М.

Література

1. Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» від 04.08.2002 р. № 37-IV [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Жуков В.Р. Основные принципы формирования инновационно-инвестиционной политики предприятия // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління». – К.: Політехніка, 2001. – С. 357-358.
3. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 28.12.1994 № 334/94-ВР.
4. Ринок зернових культур України 2012/2013/2014 роки [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА ВІТЧИЗНЯНИМИ ТА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Гаєва Г.О., студент ОКР «Магістр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

У процесі фінансово-господарської діяльності кожне підприємство вступає в певні економічні взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, в результаті цього відбуваються господарські операції, суттєвою складовою частиною яких, з погляду фінансової стабільності підприємства, є дебіторська заборгованість. В сучасних умовах глобалізації ринків збуту та поширення зовнішньоекономічних зв'язків зростає необхідність забезпечення єдиних підходів до визначення і обліку дебіторської заборгованості суб'єктів господарювання. В Україні зумовлена необхідність адаптування вимог міжнародних стандартів бухгалтерського обліку до вітчизняних з метою вдосконалення системи обліку.

Дослідженням даної проблеми займалися багато українських учених – Ф. Бутинець, С. Голов, Г. Кірейцев, В. Сопко, і зарубіжних авторів – Є. Брікхем, І. Бланк та ін.

Метою написання даної статті є порівняльний аналіз дебіторської заборгованості за національними та міжнародними стандартами.

Для здійснення будь-якої господарської операції підприємство повинно здійснити розрахунки з іншим підприємством. З метою забезпечення зростання прибутку суб'єкти господарювання використовують різноманітні механізми розширення клієнтської бази і збільшення обсягів реалізації, що, у свою чергу, призводить до зростання розміру дебіторської заборгованості. Із зростанням розміру дебіторської заборгованості виникає потреба управління дебіторською заборгованістю. Характерним для вітчизняної системи регулювання дебіторської заборгованості є те, що в Україні норми ведення бухгалтерського обліку чітко регламентовані, недотримання яких зумовлює різні типи відповідальності (адміністративну, кримінальну тощо). А в міжнародній системі обліку навпаки зазначаються лише базові фундаментальні концепції ведення фінансового обліку.

Основним вітчизняним нормативно-правовим документом, який регулює відображення в бухгалтерському обліку дебіторської заборгованості є П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». Згідно з ним дебіторська заборгованість визначається як сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Окремого міжнародного стандарту, який регламентує питання відображення в обліку дебіторської заборгованості, не існує. Облік дебіторської заборгованості здійснюється згідно з МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації», МСФЗ 39 «Фінансові інструменти», МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання» та МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка», тобто дебіторська заборгованість відноситься у міжнародній практиці до фінансових активів. При цьому у названих міжнародних стандартах не дається чіткого визначення поняття дебіторської заборгованості. П.9 МСБО 39 зазначає: «позики та дебіторська заборгованість – це непохідні фінансові активи з фіксованими платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку». Таке тлумачення поняття дебіторської заборгованості є ширшим порівняно з тлумаченнями, наведеними у національних стандартах чистою вартістю реалізації. Чиста вартість у

США обчислюється шляхом сумування всієї дебіторської заборгованості за вирахуванням знижки та безнадійної дебіторської заборгованості.

Розглянемо відмінності в організації обліку дебіторської заборгованості між національними та міжнародними стандартами. За П(С)БО 10 дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1].

За МСБО 32 дебіторська заборгованість визначається як фінансовий актив. Визначення дебіторської заборгованості не надається.

Визнання дебіторської заборгованості відбувається у випадках:

— визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума та з одночасним з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг (П(С)БО 10) [1];

— визнання фінансового активу відбувається тоді, коли організація стає стороною контракту (договори), при виникненні зобов'язання по фінансовому інструменту (МСБО 39) [2].

Оцінка дебіторської заборгованості:

— при зарахуванні на баланс дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги оцінюється за первісною вартістю, а на дату балансу за чистою реалізаційною вартістю (ПБО 10) [1];

— під час первісного визнання фінансового активу слід оцінювати їх за собівартістю, яка є справедливою вартістю компенсації, наданої або отриманої за них. Після первісного визнання дебіторську заборгованість визнають за амортизованою собівартістю із застосуванням методу визначення за ефективною ставкою відсотка (МСБО 39) [2].

Види дебіторської заборгованості:

— згідно з визначеннями, наведеними в Н(С)БО 2 та ПБО 10, дебіторська заборгованість поділяється на поточну та довгострокову [1,6];

— дебіторська заборгованість поділяється на ініційовану підприємством та не ініційовану за МСБО 39 [2].

Розрахунок величини резерву сумнівних боргів:

— величина резерву сумнівних боргів визначається, виходячи з платоспроможності окремих дебіторів, за питомою вагою безнадійної заборгованості в чистому доході від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг на умовах наступної оплати або на основі класифікації дебіторської заборгованості (ПБО 10) [1];

— в міжнародних стандартах методи розрахунку величини резерву сумнівних боргів не передбачаються.

Відображення дебіторської заборгованості у звітності:

— національні стандарти - за чистою реалізаційною вартістю [1];

— міжнародні стандарти прямо не вимагають відображення дебіторської заборгованості в балансі за винятком резерву сумнівної заборгованості [2].

При порівнянні вітчизняної та міжнародної системи обліку можна зробити такі висновки: характерним для України є існування чітких норм ведення бухгалтерського обліку, які суворо регламентовані, недотримання яких зумовлює різні типи відповідальності (адміністративну, кримінальну тощо). А в міжнародній системі обліку, навпаки, зазначаються лише базові фундаментальні концепції ведення фінансового обліку, тому компанії, що ведуть бухгалтерський облік за міжнародними стандартами мають право самостійно обирати форми фінансової звітності, методи відображення в них інформації про певні об'єкти обліку, а також при встановленні

відповідного рівня суттєвості, відображати у звітності лише всі суттєві дані бухгалтерського обліку.

Таким чином, між національними та міжнародними стандартами є вагомий відмінності, тому Україні слід удосконалити систему обліку дебіторської заборгованості на основі міжнародної практики, проте обов'язково треба враховувати національні традиції і особливості ведення бухгалтерського обліку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ступницька Т.М.

Література

1. Положення (стандарт) Бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс] / Міністерство Фінансів України. – Офіц. сайт: Законодавство України. – (Нормативний документ МФУ. Наказ №290 від 29 листопада 1999 р.). – Режим доступу: [http://www/zakon/rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua);
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка».

АНАЛІЗ ЕТАПІВ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В УКРАЇНІ

**Головаченко І.Г., студент III курсу факультету ЕБІК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Економічний аналіз – це виділення окремих показників господарської діяльності із загальних складових з метою їх наступного вивчення, з метою виділення позитивних та негативних операцій показників діяльності підприємства та підвищення її ефективності. Різноманітний інструментарій дозволяє проводити оцінку фінансово-господарської діяльності підприємства, його фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності, обґрунтувати управлінські рішення і планові завдання.

Метою даної наукової роботи є вивчення історичних аспектів виникнення та розвитку економічного аналізу як науки та інструменту управління діяльністю підприємства, а також формування етапів його розвитку в Україні.

В процесі розробки даної роботи було проаналізовано наукові дослідження та практична література, які дозволили виявити, що у різних вчених є як відмінності в поглядах на формування етапів розвитку економічного аналізу в Україні так і загальні ознаки. Так, на думку Г.І. Купалової [2], історію економічного аналізу в Україні умовно можна розподілити на чотири хронологічні етапи: перший – від початку XIX ст. до Жовтневої революції 1917 р.; другий – 1917-1941 рр. – від Жовтневої революції до Другої світової війни; третій – 1941-1991 рр. – воєнний та післявоєнний періоди; четвертий – 1991 р. – теперішній час – з початку досягнення політичної незалежності України і донині.

Дослідження показало, що на першому етапі відбулося виділення економічного аналізу в самостійну галузь науки. Перш за все це сталося через те, що почали утворюватися великі промислові підприємства, банки, кооперативи, які потребували певного вивчення стану та підвищення ефективності господарської діяльності. В період від Жовтневої революції до Другої світової війни (1917-1941 рр.) були прийняті Положення про державну статистику та по державному рахівництву і звітності. Саме ці заходи вимагали широкого використання в економіці аналітичних методів. 20-30 роки XX ст. характеризувалися появою наукових праць з економічного аналізу, в яких розкривалися

такі питання: сутність бухгалтерського балансу та прийоми його аналізу; ефективності використання основних та оборотних засобів, у системному аналізі собівартості, економічної інформації; методи зниження собівартості продукції в різних галузях суспільного виробництва. В цей період був введений термін «економічний аналіз» та «аналіз господарської діяльності» [2].

В період Великої Вітчизняної війни (третій етап, на думку Г.І. Купалової) виникла необхідність в масовій евакуації заводів, кваліфікованих кадрів на схід. Деякі заводи були переоснащені для випуску військової техніки та зброї. Основною метою аналітиків на той період було: знаходження найменш затратних шляхів перебудови економіки на військовий лад; створення міцної матеріально-технічної бази для досягнення перемоги; забезпечення ефективного функціонування економіки [2].

Переходом від командної до ринкової економіки характеризується четвертий етап розвитку економічного аналізу. Передумовою для цього був розпад СРСР та проголошення 24 серпня 1991р. Верховною Радою Акта незалежності України. Це означало, що в історії України почалася нова епоха, яка триває донині. Г.І. Купалова вважає, що нинішній економічний аналіз є системою спеціальних знань, що дає можливість вивчати, оцінювати та прогнозувати причинно-наслідкові зв'язки суспільних економічних, організаційних, технологічних, екологічних, політичних та інших явищ і процесів [2].

М.А. Болдох виділяє три історичні етапи розвитку економічного аналізу [1]: перший – до революції 1917 року; другий – післяреволюційний період; третій – період переходу до ринкових відносин 1991 – теперішній час.

На відміну від вище розглянутих авторів, Є.В.Мних розвиток економічного аналізу розглядає не в історичному аспекті, а відповідно до розробок та формування значних праць з економічного аналізу провідних вчених. Особливо виділяє українського, російського економіста М.І. Туган-Барановського, який перш за все розробив, а потім практично використовував у своїх працях принципів положення теорії економічного аналізу. Для того щоб узагальнити закономірності розвитку споживчої кооперації, у 1861-1910 рр. він згрупував відомості про темпи зміни обороту за десятирічними періодами. Крім рядів динаміки, обчислень середніх і відносних величин, учений користувався методом статистичних групувань [3].

Дослідження показало, що у ХІХ ст. й представники інтелігенції намагалися зрозуміти національну свідомість через дослідження життя народу, його культури, економічних і соціальних проблем. Багато праць І. Франка присвячені питанням економіки, статистики, демографії. Велику увагу він приділяв статистичному аналізу, видавши низку статей типу статистичної студії, крайової статистики, зокрема статтю «Статистика яко метода і яко наука». За результатами аналізу він розробляв проект земельної реформи [3].

Великий внесок у розвиток економічної науки в Україні зробили й такі українські вчені Євген Слуцький, Іван Вернадський, Володимир Левицький, Григорій Цихановський, Олександр Білімович та ін.

На нашу думку результатом проведеного дослідження є необхідність формування етапів економічного аналізу з урахуванням сучасного стану розвитку країни, тому в історичному аспекті необхідно виділити чотири хронологічні етапи розвитку економічного аналізу в Україні: перший – від початку ХІХ ст. до Жовтневої революції 1917 р.; другий – 1917-1991 рр. – економічний аналіз в період існування СРСР; третій – 1991-2009 рр. – з початку досягнення політичної незалежності України до часів світової фінансової кризи; четвертий – 2009 р. – теперішній час.

Виділення четвертого етапу пов'язано з суттєвим впливом глобалізаційних процесів на діяльність підприємств, їх конкурентоспроможність, достатньо велику відкритість внутрішнього ринку України, необхідності захисту та підтримки вітчизняного виробника як з боку держави, так і з боку самого підприємства, що значно змінює підходи до методики проведення економічного аналізу та його напрямів.

На сьогодні для розвитку економічного аналізу, на думку М.А. Болух, потрібно [1]: створити єдину систему оцінки ефективності господарювання підприємств і їхніх підрозділів; підвищити оперативність економічного аналізу; удосконалити організаційні форми аналітичної роботи; запозичити досвід розвинутих країн з організації та методики аналізу кон'юнктури ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Купріна Н.М.

Література

1. Економічний аналіз: [Навч. посіб.] / М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; за ред. акад. НАНУ проф. М. Г. Чумаченка. – [Вид. 2-ге, перероб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
2. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: [Навч. посіб.] / Купалова Г.І. – К.: Знання, 2008. – 639 с.
3. Мних С.В. Економічний аналіз: [Підруч.] / С.В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.

ЗОВНІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

Головаченко І.Г., студент III курсу факультету ЕБІК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

В основі більшості скарг з боку користувачів на аудиторів та аудиторські фірми є невдоволення або результатами аудиторських послуг, або наслідками їх надання. Отже, покращання якісної складової аудиторських послуг дасть змогу збільшити довіру користувачів.

«Якість – сукупність притаманних рис та характеристик продукції або послуг, які надають їм можливість задовольнити потреби, які вже визначені чи очікуються споживачем такої продукції чи таких послуг» [1]. Якщо виходити з цього визначення, то аудиторські послуги будуть тим якісніше, чим більше вони задовольнятимуть потреби чи очікування їх отримувачів. На жаль кримінальність відносин у сфері бізнесу та загальна корупційність в країні, унеможливує прийняття визначення якості аудиторських послуг саме як задоволення очікувань їх замовника. Метою контролю якості аудиторських послуг є підвищення престижу аудиторської професії шляхом забезпечення високої якості послуг, які надаються.

Існує два види контролю якості роботи аудиторів та аудиторських фірм:

- зовнішній – здійснюється Аудиторською палатою України ;
- внутрішній – здійснюється на рівні аудиторської фірми [5].

Організація та проведення контролю якості Аудиторською палатою України [3]:

1) аудиторською палатою України (АПУ) для реалізації зовнішнього контролю якості аудиту створює профільну комісію по контролю якості, яка займається перевіркою системи контролю якості аудиторські фірми і визначає перелік обов'язкових питань перевірки з урахуванням обсягів і строків діяльності аудиторські фірми, аудитор-

ських перевірок на одного сертифікованого аудитора в рік, середня вартість замовлень та наявність скарг на роботу аудиторської фірми;

2) може залучати окремі аудиторські фірми та приватних аудиторів для контролю якості, які на ринку не менше 5 років, займаються обов'язковим аудитом, а не просто аудитом і не мають нарікань з боку користувачів, відсутність скарг;

3) при АПУ формується група по контролю якості аудиторських послуг (постійно діючий орган).

АПУ зобов'язана оприлюднювати список аудиторських фірм, які пройшли контроль якості (не рідше 1 раз на 5 років) і оприлюднювати результати: планові і позапланові. АПУ здійснює контроль якості професійних організацій.

Для проведення контролю джерелами інформації є:

— аудиторський висновок, аудиторський звіт;

— робочі документи аудитора;

— документи клієнтів;

— та інша доказова інформація, що використовується при перевірках.

Аудиторським фірмам, які успішно пройшли зовнішній контроль якості професійних послуг, видається Свідоцтво про відповідність систем контролю якості. Згідно рішення АПУ виділяють фірми, що отримали Свідоцтво про відповідність, фірми що не пройшли перевірку системи контролю якості тобто яким за результатами перевірки надано умовно-позитивний та негативний висновок.

При отриманні аудиторськими фірмами (аудиторами) умовно-позитивного та негативного висновку Комітет АПУ з контролю за якістю аудиторських послуг після закінчення шестимісячного або річного терміну повинен перевірити усунення зазначеними суб'єктами аудиторської діяльності недоліків систем контролю якості. При отриманні негативного висновку вже за результатами перевірки усунення недоліків Комітет передає матеріали зовнішніх перевірок систем контролю якості на розгляд Дисциплінарної комісії АПУ для відкриття дисциплінарного провадження. Таке порушення норм аудиторської практики розцінюється як неналежне виконання професійних обов'язків – порушення аудитором (аудиторською фірмою) вимог чинного законодавства України, стандартів аудиту, норм професійної етики аудиторів та рішень АПУ.

За поданням Дисциплінарної комісії на засіданні АПУ розглядаються питання про застосування стягнень до аудиторських фірм (аудиторів). При виборі стягнення враховується суттєвість порушення професійних обов'язків, їхні наслідки, ступінь вини аудитора (аудиторської фірми) та інші обставини, що впливають на обрання міри відповідальності.

Порушення не суттєвого характеру – це документально доведені факти неналежного виконання професійних обов'язків аудитором (аудиторською фірмою), які характеризуються неповним (частковим) дотриманням вимог норм професійної етики та стандартів аудиту, рішень АПУ та (або) призвели до скарги на аудитора (аудиторську фірму) із претензіями на низьку (на думку замовника, користувача або третіх осіб, причетних до мети та предмету надання послуг) якість аудиторських послуг [4].

За порушення не суттєвого характеру до аудитора (аудиторської фірми) АПУ застосовуються стягнення у вигляді:

— попередження;

— зупинення чинності сертифіката аудитора на строк до 6 місяців.

Порушення суттєве – це доведені документально в ході зовнішньої перевірки якості аудиторських послуг або у судовому порядку факти неналежного виконання професійних обов'язків аудитором (аудиторською фірмою), за наслідками чого замов-

нику (користувачу) аудиторських послуг або третім особам, безпосередньо причетним до мети та предмета надання таких послуг, завдано матеріальної або моральної шкоди. За суттєві порушення до аудитора (аудиторської фірми) АПУ застосовуються такі стягнення [4]:

- зупинення чинності сертифіката на строк від 6 місяців до одного року;
- анулювання сертифіката;
- виключення з Реєстру аудиторських фірм та аудиторів.

Не може бути одночасно накладено на аудитора (аудиторську фірму) два та більше видів стягнень за одне і те ж порушення.

Зовнішні перевірки АПУ якості аудиторських послуг дають змогу створити у кожного суб'єкта аудиторської діяльності (САД) ефективну внутрішню систему якості, оскільки для отримання Свідоцтва про відповідність систем контролю якості необхідно організувати політику та процедури стосовно: відповідальності керівництва за якість, етичних вимог, прийняття завдання, продовження співробітництва з клієнтом та виконання конкретних завдань, людських ресурсів, виконання завдань, моніторинг [2].

Вирішення питання якості аудиторських послуг за цими напрямками дасть можливість досягти САД стратегічної цілі – надання якісних послуг, що підвищить довіру клієнтів до їх діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ткачук Г.О.

Література

1. Аудит в Україні. Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту. / За ред. проф. Немченко В.В., Редько О.Ю. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
2. Дорош Н. І. Контроль якості ринку аудиторських послуг в Україні та за кордоном / Університетські наукові записки. – 2007. – № 3 (23). – С. 264–267.
3. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.apu.com.ua
4. Порядок застосування до аудиторів (аудиторських фірм) стягнень за неналежне виконання професійних обов'язків, затверджений рішенням АПУ від 15.11.2007 №184/4.
5. Утенкова К. О. Аудит: Навчальний посібник./ Утенкова К.О. – К.: Алерта, 2011. – 408 с.

ДІАГНОСТИКА БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ВИНОРІБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ)

**Григоренко Н.Ю., студент ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

До недавнього часу для більшості суб'єктів господарювання процеси банкрутства були мало відомі. Лише в період реформування економіки відчутними стали такі економічні явища як нерентабельність, неплатоспроможність підприємств. Кількість таких підприємств в економіці України неухильно зростає. Причому тенденції банкрутства поширюються не лише на окремих суб'єктів господарювання, а й на цілі галузі економіки.

В Україні спостерігається стійка тенденція до збільшення кількості порушених справ про банкрутство. Щоправда, лише (35-45) % підприємств, на які подано позови, оголошуються банкрутами. За даними Державного департаменту з питань банкрутства України у 2009 році порушено близько 16000 справ про банкрутство, у 2010 – кількість справ зменшилася на 6 %, а вже у 2011 – збільшилася на 17 %.

Проблема неплатоспроможності багатьох вітчизняних підприємств позначається на інших суб'єктах господарювання, що в свою чергу впливає на можливості підприємств вчасно видавати заробітну плату та розраховуватися за іншими зобов'язаннями. Тому у підприємств виникає кредиторська та дебіторська заборгованість. Статистичні дані свідчать про постійне зростання загальної суми як дебіторської, так і кредиторської заборгованості між підприємствами та установами.

На сьогоднішній день для більшості українських підприємств характерним є більш-менш однакове коло проблем: зміна економічного середовища; втрата традиційних ринків збуту власної продукції; зміна системи планування і, як результат – порушення ритмічності виробничої діяльності; нестабільність правового поля тощо.

Все це свідчить про необхідність своєчасного діагностування фінансового стану підприємств для виявлення перших ознак неплатоспроможності і загрози банкрутства. Існує багатогранний методичний інструментарій для діагностики критичного стану підприємств, серед якого можна виділити моделі Альтмана, Бівера, Таффлера, Фулмера, Ліса, Спрінгейта, R-модель та інші.

Дев'ять методик діагностування фінансового стану були досліджені на схожість використовуваних показників, виявлені їх переваги та недоліки. Найбільш поширеними показниками у методиках є оборотність активів, частка оборотних коштів в активах, загальна рентабельність активів та рентабельність власного капіталу. Всі показники поєднані у три групи: показники ділової активності, фінансової стійкості та платоспроможності підприємств. Це дозволить зробити об'єктивні висновки щодо впливу всіх сторін діяльності підприємства на його фінансовий стан.

Дослідження моделей дозволило виявити найбільш поширені недоліки: не адаптованість моделей до реалій національної економіки; відсутність статистики про підприємства-банкрути; відсутність достовірної статистичної інформації; в більшості моделей присутні показники, притаманні лише АТ.

На нашу думку, найбільше переваг є у метода рейтингової оцінки Сайфуліна та Кадикова: 1) модель побудована на показниках російської фінансової звітності, які схожа з українською; 2) в методиці використовуються показники публічної звітності; 3) інформативність коефіцієнтів моделі надає цілісну картину фінансової стійкості підприємства; 4) показники в моделі мають однакову спрямованість.

Для більш об'єктивного висновку щодо застосування конкретного методу при діагностиці банкрутства українських підприємств слід дослідити результати, отримані на основі даних реальних підприємств.

Кожна з методик була випробувана на трьох підприємствах виноробної галузі: ПАТ «Коблево», ПАТ «Одесавинпром» і ПрАТ «ОЗШВ» (2010-2011 рр.).

Проведені розрахунки по ПАТ «Коблево» показали схожі результати у моделях Бівера, Ліса, дискримінантній моделі, Сайфуліна та Кадикова, Альтмана та R-моделі. У 2010 році існує загроза банкрутства, а у 2011 – спостерігається покращення фінансового становища. Про це свідчить збільшення рентабельності власного та залученого капіталу, поточної ліквідності та ін. Але зовсім протилежні результати показали моделі Фулмера, Таффлера та Спрінгейта – підприємство фінансово стійке та платоспроможне. Це пов'язано з включенням в модель показників, які характеризують ефективність

використання залученого капіталу та фінансової стійкості. Вагомість цих показників в моделях значна. В цілому слід зазначити, що ПАТ «Коблево» ефективно використовує кошти, інвестує капітал у виробництво, підтримує фінансову стійкість та платоспроможність підприємства.

Схожа ситуація спостерігається з фінансовим станом ПАТ «Одесавинпром». Більшість моделей показали у 2010 році невисоку вірогідність банкрутства з незначним погіршенням ситуації у 2011 році. Протилежне показали методики Спрінгейта та Таффлера – стійке фінансове становище. ПАТ «Одесавинпром» віддає перевагу використанню залучених коштів, при цьому досить ефективно здійснює їх управління. Підвищується також рентабельність власного капіталу, забезпеченість зобов'язань грошовим потоком, швидкість приросту інвестицій та збільшення позаоборотних активів та ін. Діяльність підприємства є показовим для інших підприємств галузі.

Досить суперечливі результати були отримані при діагностиці банкрутства ПрАТ «ОЗШВ». Більшість моделей оцінки банкрутства показали, що підприємство є фінансово стійким у 2011 р. і йому не загрожує банкрутство. Це підтверджується такими фактами: власний капітал зріс у 4 рази, залучений капітал скоротився у 7 разів. Однак, така трансформація структури капіталу не спричинила підвищення показників ділової активності. Підприємство знаходиться у загрозовому становищі, так як збитки підприємства зростають. ПрАТ «ОЗШВ» здійснює неефективну політику використання власного капіталу. Пропозиціями для підприємства є негайне проведення санаційних заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробничої діяльності та ділової активності підприємства.

Таким чином, аналіз отриманих результатів дозволяє стверджувати, що найбільш достовірні результати щодо фінансового стану підприємств та загрози банкрутства надає модель Фулмера, яку рекомендовано використовувати в діагностиці банкрутства українських підприємств.

Ефективне управління господарською діяльністю на підприємстві неможливе без систематичного аналізу його фінансового стану. При виявленні ризику неплатоспроможності підприємства слід звертати увагу саме на управління ліквідністю підприємства, координацію виплат за борговими зобов'язаннями тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кулаковська Т.А.

Література

1. Мозенкова О.В. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 272 с.
2. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством. – К.: 2001
3. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств. – К.: 2000
4. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1(43). – С. 68.

ОБЛІК І АНАЛІЗ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПП АФ «АВАНГАРД»

**Дукіна А.С., студент ОКР «Бакалавр» факультету ЕБК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Актуальність даної статті обумовлена тим, що облік витрат займає центральне місце в бухгалтерському обліку будь-якого підприємства, який відіграє значну роль в

системі управління підприємством. Використовуючи дані про розмір та види витрат, управлінський персонал підприємства має можливість регулювати фінансово-господарську діяльність, приймати виважені управлінські рішення. Отже, для прийняття оперативних, тактичних і стратегічних рішень щодо управління витратами підприємства необхідна своєчасна, достовірна аналітична інформація, яка може бути забезпечена лише бухгалтерським обліком та безпосередньо залежить від його якості.

ПП АФ «Авангард» сучасне, стабільне, відоме на ринку сільгосппродукції господарство, яке активно розвивається, гарантує високу якість своєї продукції, являється фінансово незалежним, кредитами не користується, має кошти для придбання основних засобів. В організації обліку витрат слід виділити два основні напрями: організація обліку витрат виробництва та організація обліку витрат діяльності. З точки зору автора [1], витрати – це інструмент, за допомогою якого найбільш ефективно досягається бажаний результат діяльності підприємства. Витрати діяльності підприємства на думку автора [2] – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, яке призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) в процесі діяльності підприємства. Витрати підприємства поділяються на витрати від звичайної та надзвичайної діяльності. В свою чергу витрати від звичайної діяльності охоплюють витрати від операційної, фінансової, інвестиційної та іншої діяльності.

На досліджуваному підприємстві використовуються класифікації витрат виробництва, зокрема: по відношенню до виробничого процесу витрати поділяються на основні та накладні, за способом віднесення на собівартість окремих об'єктів витрат розрізняють прямі і непрямі витрати, а за єдністю складу – одноелементні та комплексні витрати. По відношенню до обсягів виробництва витрати поділяються на постійні та змінні, за доцільністю їх здійснення – на продуктивні та непродуктивні. Витрати групуються за їх видами – за економічними елементами та за статтями калькуляції, і за календарним періодом – поточні та одноразові.

Облік витрат діяльності ПП АФ «Авангард» ведеться на рахунках 9 класу «Витрати діяльності» Плану рахунків, а саме: 90 «Собівартість реалізації», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності». Слід відмітити, що по дебету цих рахунків нараховуються витрати пов'язані з виробництвом та реалізацією готової продукції; виробничі непрямі витрати; загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства; витрати, пов'язані із збутом готової продукції; інші витрати операційної діяльності, а по кредиту – списання цих витрат.

В результаті дослідження витрат від різних видів діяльності, зокрема операційної, інвестиційної та фінансової, визначено, що на ПП АФ «Авангард» вся частка витрат підприємства – це основні операційні витрати, які пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції. Узагальнені вихідні дані для аналізу операційних витрат за економічними елементами містять розділ II «Елементи операційних витрат» форми № 2 «Звіт про фінансові результати» [3]. Для аналізу складається аналітична табл. 1, в якій відображаються абсолютні значення і частки вартості окремих економічних елементів витрат у загальній їх сумі.

З даних табл.1 видно, що продукція підприємства є досить матеріаломісткою. Матеріальні витрати займають найбільшу частку в операційних витратах. В звітному році суттєво зросли інші операційні витрати, частка яких зросла до 42,57 % операційних витрат. Їх темп приросту перевищує аналітичний показник по інших елементах ви-

трат. Тому головним напрямом пошуку резервів зниження витрат операційної діяльності є поглиблення аналізу матеріальних та інших операційних витрат, виявлення причин їх зростання і можливих шляхів зменшення.

Таблиця 1 – Динаміка, склад, структура операційних витрат

Елементи операційних витрат	Витрати, тис. грн		Структура витрат, %		Відхилення	
	За попередній рік	За звітний рік	За попередній рік	За звітний рік	абсолютне, тис. грн (гр.2-гр.1)	відносне, % (гр.5:гр.1)х 100
А	1	2	3	4	5	6
1. Матеріальні витрати	3792	4627	62,78	64,16	835	22,02
2. Витрати на оплату праці	798	833	13,21	11,55	35	4,38
3. Відрахування на соціальні заходи	293	312	4,85	4,32	19	6,48
4. Амортизація	652	719	10,79	9,97	67	10,28
5. Інші операційні витрати	505	720	8,36	9,98	215	42,57
Всього операційних витрат	6040	7211	100,00	100,00	1171	19,39

Перехід до ринкової економіки вимагає від підприємств зростання рентабельності як основної операційної діяльності, так й діяльності підприємства в цілому та конкурентоспроможності продукції, що сприяє підвищенню ефективності його діяльності та розвитку економіки держави в цілому [2].

В результаті нашого дослідження визначено безпосередній зв'язок правильного обліку витрат діяльності та їх аналіз за елементами. Саме володіння достовірною інформацією про дійсно існуючий стан діяльності дає змогу прийняти обґрунтовані управлінські рішення, реалізація яких дозволить ПП АФ «Авангард» бути конкурентоспроможним на сучасному ринку збуту продукції сільськогосподарського призначення.

Науковий керівник – асистент Маркова Т.Д.

Література

1. Козаченко А.Ю. Місце невиробничих витрат у класифікації витрат // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 248:В 6 т. – Т. VI. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 1271-1275.
2. Управління фінансово-економічною безпекою підприємств харчової промисловості України: аналіз і синтез методів: монографія / [В.В. Немченко, Н.М. Купріна, Г.О. Ткачук та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. В.В. Немченко; ОНАХТ. – Одеса : Фенікс.2013. – 448 с.
3. Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Купріна М.Н., Подгорна І.Є. Економічний аналіз (практикум): Навчальний посібник. – Львів. «Магнолія 2006», 2010. – 320 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В МАГАЗИНАХ И СУПЕРМАРКЕТАХ

**Качан Н.А., студентка III курса факультета ИТПОРиТБ
Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса**

Предпосылками к созданию теории, а затем и к успешному применению на практике методов нейромаркетинга, послужили знания о неравномерном развитии мозга человека в процессе эволюции. Ученые доказали, что в лимбической системе мозга сосредоточиваются все основные эмоции, подсознательные ощущения и чувства человека. Любой внешний раздражитель – свет, звук, запах, предмет с его очертаниями, цветовые сочетания – сначала находит эмоциональный отклик, затем перемещается в подсознание, и тогда загадочное бессознательное безраздельно властвует над человеческим разумом.

Концепция магазина, где используются приемы нейромаркетинга, заключается в том, чтобы происходило гармоничное взаимовыгодное взаимодействие между покупателем и торговой точкой. Если человек чувствует себя комфортно и испытывает только положительные эмоции, он может провести в магазине больше времени, чем планировал. Так при выборе товара он полагается на изображение и свои эмоции.

Иногда супермаркет использует грубые приемы манипуляцией. К примеру, супермаркет сначала выставляет товар по высокой цене, а через некоторое время делает на него большую скидку. Или раскладывает товары на стеллажах «соответственно чину»: на нижние полки – дешевые, на верхние – дорогие [1].

Нейромаркетинг изучает непроизвольные реакции человека (потопотделение, пульс, реакция зрачка, мозговые токи), которые исследуются с применением магнитно-резонансного сканирования мозга человека.

Если входящая информация расценивается как враждебная, она блокируется или запоминается как тревожная, небезопасная (инстинкт самосохранения). Это касается любого взаимодействия: от общения и приема пищи до покупки товаров. Задача нейромаркетинга: сделать необходимую для человеческого мозга информацию невраждебной, учитывая его психологические особенности. Продавцы смогут весьма эффективно воздействовать на все пять их органов чувств, используя позитивные раздражители (запахи, звуки, цвета, способы выкладки товаров, создание других разнообразных условий, благотворно влияющих на настроение и покупательскую способность посетителей магазина, как следствие, совершенствующих стратегию продаж) [5].

Исследования доказали, что при эмоциональной презентации товара или услуги нейронная активность выше, чем при обычной, так процесс обработки раздражителей в мозгу клиентов интенсивней. Эмоциональные раздражители действуют на покупательское поведение клиентов: потребитель быстрее заинтересуется презентацией товаров с позитивным эмоциональным посылом (любовь, радость, дом, семья, дети, сила, красота и т.д.). Если их правильно подобрать, то вероятность что клиент купит нужный товар и снова вернется, возрастает.

Сильные эмоции у них вызывает эмоционально яркое визуальное наполнение магазина. Это могут быть фотографии, плакаты и т.д. Важно учесть целевую аудиторию: у женщин в эмоциональном восприятии, как правило, ярко выражены социальность и безопасность, то у мужчин – альфа-доминантность и новаторство [2].

Также можно использовать запахи. В основе механизма реакции на запахи лежат условные рефлексы (опыт с собакой Павлова). Доказано, что запах кофе ассоциируется

с домашним уютом. Многие супер- и гипермаркеты отводят достаточное количество площади под мини-пекарни, не для того чтобы продавать хлебобулочные изделия, а для провокации увеличения выбранного товара в тележках клиентов. Относительно тележек, хитрым приемом является их размер: покупатель не положит только один хлеб или молоко в огромную тележку, ему будет казаться, что этого мало.

С помощью правильно подобранного аромата можно активировать покупательский спрос не только в самом торговом зале, но и привлечь потенциальных клиентов, распыляя запах поблизости торговой точки. В супермаркетах с большими торговыми пространствами уместно будет использовать разные запахи для разных категорий продуктов. Например, в отделе бытовой химии хорошо “работает” лимонный или цитрусовый аромат. В крупных магазинах важно учитывать расположение отделов и устанавливать систему наноароматизации таким образом, чтобы несовместимые запахи не смешивались.

Еще одним преимуществом ароматизации торговых залов является нейтрализация неприятных запахов, которые негативно сказываются на продолжительности пребывания посетителя в магазине. Использование уникального аромата, созданного специально для определенной сети магазинов поможет сформировать запоминающийся и яркий образ в сознании клиента, а запах сможет стать частью бренда и будет способствовать узнаваемости среди целевой аудитории.

Мартин Линдстром учит, что бренды должны иметь собственный уникальный запах. Так, в магазинах одежды Hugo Boss пахнет цветами, чаще всего – лилиями. В кожантерейных салонах распыляют ароматизатор с запахом натуральной кожи. Если они и не повысят уровень продаж, то хотя бы создадут положительные эмоции, что по сути уже результат [1].

Интересен другой инструмент нейромаркетинга – музыка. Правильно подобранная музыка в торговом зале способна увеличить продажи до 10 % (например, в озвученных салонах Carlo Pazoni – на (5-7) %. Конечно большинству магазинов требуется индивидуальный набор и характер композиций. Например, салонам класса «Премиум» подойдут мелодии классических направлений и с размеренным темпом – около 60 долей в минуту. А более демократичным магазинам соответствует музыка современная и энергичная – (90-100) долей в минуту. Аудиомаркетинг имеет массу подводных камней, которые могут свести на нет все усилия владельцев торговых точек. Так, специалисты не рекомендуют ставить русские хиты. Покупатели невольно начинают вслушиваться в слова и забывают о товаре.

Если предложить фокус-группе оценить одни и те же продукты, представленные на фоне с противоположной эмоциональной окраской: на фоне вызывающих умиление фотографий, теплых цветов и пр., и на негативном фоне: черный цвет, удручающие надписи и фотографии, цифры о падении курсов акций и пр., то большая симпатия будет к товару на позитивном фоне и соответственно готовность его купить [4].

Наибольшая эффективность применения методов нейромаркетинга на практике достигается при проведении комплекса мероприятий, отражающих единую структурную концепцию. Ее принято называть «Из одних рук», или концепция Storebranding. Она включает в себя подбор и установку специального оборудования, грамотное обучение персонала и оснащение торговой точки «от и до».

Концепция «Из одних рук» работает только в том случае, если последовательно соблюдаются четыре условия:

1. Структурный анализ целевой группы и модели позиционирования товара.

2. Выбор: соотношение качества и количества товара, селекции товара, его ассортимента.

3. Грамотная разработка визуальной презентации товара.

4. Дизайн магазина, план оборудования, структура помещения, разработка освещения.

Чем выше эмоциональный посыл заложен в магазине, тем сильнее активируются мозг и покупательская способность потребителя. Налицо прямая связь между результатами исследования мозга и созданием эффективных продаж [3].

Выводы. Фактически нейромаркетинг до сих пор остается вне сферы внимания бизнеса, тогда как практически каждая вторая компания из списка Fortune 500 успела апробировать его на себе. Всему этому есть ряд исторических причин:

— изначально низкая связь бизнеса и науки;

— отсутствие средств для разработки специализированных исследований прикладного значения (разнонаправленность целей);

— недоверие к квалификации ученых и практическая сложность ее верификации, как следствие сложности понятийного аппарата, используемого в рассматриваемой сфере;

— отсутствие специализированных образовательных программ по подготовке специалистов, способных не только к проведению нейро- и психофизиологических изысканий, но и к полноценной адаптации их результатов для практического применения;

— дефицит специалистов нужного профиля и необходимой квалификации;

Решив эти проблемы, можно достигнуть прогресса развития нейромаркетинга на рынке Украины. Важно, чтобы используя технологии нейромаркетинга, соблюдались этические принципы, и повышение объема продаж и получение максимальной прибыли не приносило вред потребителям.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Лазуткина А.В.

Литература

1. Линдстром М. *Buyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя.* – М.: Эксмо, 2010. – 240 с.
2. Дули Р. *Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя.* – Санкт-Петербург: Попурри, 2013. – 336 с.
3. Электронный ресурс: <http://www.neiromarketing.ru/>
4. Трайндл А. *Нейромаркетинг. Визуализация эмоций.* – М: Альпина Паблишер, 2009. – 112 с.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. *Маркетинг. Менеджмент. Учебное пособие.* – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 800 с.

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Кірган О.О., студент ОКР «Магістр» економічного факультету
Одеський державний аграрний університет, м. Одеса

Нині проблема ведення зовнішньоекономічної діяльності є найскладнішою для товаровиробників як з точки зору умов торгівлі, так і постійно оновлюваних «правил

гри» на світовому ринку. Особливо актуальним це питання є для підприємств агропромислового комплексу, керівники яких в першу чергу мають усвідомити необхідність активного та постійного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та загрозу припинення виробництва суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності АПК України. Недостатній рівень опрацьованості та суперечливості окремих наукових положень, а також відсутність досконалого механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності слід вважати основними причинами нестабільності та все ще низької ефективності цієї діяльності в агропромисловому комплексі [1, С. 125].

Проблеми управління, регулювання та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності України, у т.ч. й АПК, досліджувалися такими вченими як Олена Азарян [2], Лідія Клименко, Ольга Борисенко, Василь Козик [3], Вадим Авер'янов, Валерій, Галушко [6], Сергій Кваша [5].

Проте, теоретична і практична необхідність вирішення проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємствами АПК шляхом обґрунтування напрямів оптимізації міжнародного економічного співробітництва та удосконалення ринкової інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності обумовлює доцільність проведення окремого дослідження.

На основі дослідження сутності поняття управління зовнішньоекономічною діяльністю аграрного підприємства можна дати його визначення як «управління виробничо-господарською і комерційною діяльністю сільськогосподарських підприємства, пов'язаною з його виходом на зовнішній ринок, в зовнішнє міжнародне середовище з метою більш повного використання зовнішніх (міжнародних) чинників економічного зростання».

При цьому головна мета державного регулювання має полягати в забезпеченні розширення виробництва конкурентоспроможних видів вітчизняної агропродукції і продукції харчової промисловості, зміцнення експортного потенціалу та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в АПК України [2, С. 65].

Сьогодні економіка нашої країни характеризується більшою відкритістю для ділових контактів із закордонними партнерами. Нові економічні реалії потребують нових підходів до здійснення міжнародної діяльності. Багато підприємств виходять на зовнішній ринок із своєю продукцією самостійно. Для переважної більшості з них це відбувається вперше. Дана ситуація виявила відсутність необхідного досвіду, а часом, і елементарних знань в області міжнародної діяльності.

У цих умовах на зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів агропромислового комплексу впливає ряд негативних явищ, таких як:

— невідповідність структури українського експорту попиту інших країн на продукцію агропромислового комплексу;

— недотримання переважною більшістю підприємств міжнародних вимог виробництва аграрної продукції;

— низька якість продукції внаслідок того, що її виробляють переважно дрібні приватні підприємства, які, у свою чергу, обмежені у своїх фінансових та інформаційних ресурсах [3, С. 141].

Вибір стратегії структурного розвитку зовнішньоекономічної діяльності залежить від поєднання трьох основних об'єктивних передумов: виробничого потенціалу галузі, обсягів виробництва та прогнозованого попиту світового і внутрішнього ринків. При цьому важливо врахувати як стабільний розвиток внутрішнього ринку та продо-

вольчу безпеку держави, так і стратегічні імперативи світового розвитку. Тому обсяги та тенденції експорту та імпорту товарів сільського господарства слід розглядати з точки зору продовольчої безпеки країни на основі балансу аграрного ринку як системи “запаси + виробництво + імпорт – експорт – споживання”), та ефективності експорту (експортна ціна + ПДВ – митні платежі – транспортно-експедиційні витрати та витрати на зберігання – вартість товару вітчизняного товаровиробника) [5].

Останнім часом стабілізація внутрішнього ринку та підтримка вітчизняних експортерів на світових ринках пов'язується з поглибленням інтеграції України до європейської економіки. У той же час сільське господарство, зважаючи на його частку у структурі ВВП та зайнятості населення, відіграє важливу роль у процесі інтеграції України до Європейського Союзу [2, С. 76].

Реалізація стратегії інтеграції до ЄС вимагає уніфікації національної економіки до вимог СОТ для того, щоб забезпечити адекватність входження економіки держави, в тому числі її аграрного сектору, до блоку країн з найвищим ступенем інтеграції. Вступ до СОТ – це не лише здобутки, але і втрати для України та її АПК на фоні загального політичного виграшу. Основним економічним недоліком є те, що Україні доведеться зменшити рівень захисту внутрішнього ринку від імпорту товарів іноземного походження. Однак переваги вступу передбачаються набагато ширшими: членство в СОТ спростить та забезпечить кращі можливості доступу України до світових інвестиційних та товарних ринків, надасть доступ до процедури узгодження торгових суперечок, полегшить укладання угод з торговими партнерами, надасть певні переваги у зовнішньоекономічній діяльності з країнами ближнього зарубіжжя [4, С. 221].

Отже, основними цілями державного регулювання підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності АПК повинно бути: фінансове сприяння вітчизняним експортерам, удосконалення податкового регулювання їх діяльності, поліпшення правового регулювання в сфері зовнішньоекономічної діяльності, надання регіонам певних повноважень у зовнішньоекономічних зв'язках та покращення формування системи транспортних тарифів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Смирнова Н.В.

Література

1. Коломацька С.П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення: Навч. посіб. / С.П. Коломацька. – К.: Професіонал, 2004. – 228 с.
2. Азарян О.М. Міжнародний маркетинг: Навч.-практ. посібник / О.М. Азарян. – К.: МОН України, НВФ «Студцентр», 1998. – 200 с.
3. Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракти: навч. посіб./ В.В.Козик, Л.А. Панков, Я.С. Капрпяк, О.Ю. Григор'єв, А.О. Босак. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
4. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб./ О.А. Кириченко. – К.: Знання – Прес, 2002. – 384 с.
5. Кваша С.М. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / С.М. Кваша // Агроінком. – 2001. – № 7. – С. 53-58.
6. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: слов.-довід. / В. І. Артиш, В. К. Береговий, В. П. Галушко [та ін.] ; ред.: В. К. Береговий, Г. М. Чорний. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2012. – 502 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Ковернега Т.А., аспірант кафедри економіки промисловості
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Постановка проблеми. Питання забезпечення економічної безпеки діяльності підприємств останнім часом набувають все більш актуального значення, особливо підприємств м'ясопереробної галузі, оскільки виробництво м'ясопродуктів є одним із пріоритетних напрямів забезпечення продовольчого ринку країни. Як свідчить практика, на значній кількості підприємств, які відносяться до малого та середнього бізнесу, відсутні як система забезпечення безпеки, так і спеціальні служби (СЕБ) для її забезпечення.

Постановка завдання. Метою дослідження є поглиблення та розвиток теоретичних основ управління економічною безпекою на м'ясопереробних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Кожне м'ясопереробне підприємство має свою власну систему управління економічною безпекою. Необхідність її формування зумовлена наступними чинниками: постійна взаємодія підприємств із факторами зовнішнього середовища, які можуть здійснювати дестабілізуючий вплив на їх діяльність, а саме: можливість розробки заходів щодо своєчасного усунення слабких місць у діяльності підприємств; управління економічною безпекою виступає головним резервом оптимізації основних виробничих процесів виготовлення продукції; забезпечення конкурентоспроможності підприємств згідно вимогам ринкової економіки.

Досвід функціонування великих вітчизняних м'ясопереробних підприємств свідчить, що ринок м'ясопродуктів консолідується навколо таких великих вертикально інтегрованих структур як ПАТ «Миронівський хлібопродукт», ГК «Глобіно», Індустріальний союз Донбасу, які охоплюють весь цикл виробництва та реалізації м'ясопродуктів.

За таких умов вижити можуть лише ті підприємства, які вкладають значні кошти у розширення виробництва, удосконалюють технологію виробництва, переробки та реалізації продукції, а також запроваджують та вдосконалюють власну систему стратегічного управління [1]. Саме завдяки розробці стратегії та використанню системи управління економічною безпекою на підприємствах, середні та малі м'ясопереробні підприємства можуть мати переваги перед великими виробниками за рахунок швидкого реагування на потреби ринку, впроваджуючи на ринок продуктів новачі.

Оскільки важливою вимогою для системи управління економічною безпекою підприємств є гнучкість їх діяльності, то організаційна структура управління повинна забезпечувати операційне реагування на будь-які зміни навколишнього середовища та швидко адаптуватися до них (рис. 1).

Основна робота СЕБ підприємства повинна ґрунтуватися на превентивній моделі для попередження можливих загроз. Однак, якщо вплив загрози неможливо вчасно передбачити та попередити, необхідно мінімізувати загрози збитки, використовуючи модель активного реагування [2].



Рис. 1 – Система управління економічною безпекою м'ясопереробного підприємства *

* Розроблено автором

Основними критеріями оцінки надійності та ефективності сформованої системи управління економічною безпекою на вітчизняних м'ясопереробних підприємствах є:

- сталий розвиток і примноження матеріальних цінностей підприємства, високий рівень конкурентоспроможності виробленої продукції;
- впровадження та широке використання інноваційних технологій в процесі виробництва;
- недоторканність усіх ресурсів підприємства та захист комерційної інформації;
- своєчасне отримання інформації щодо існуючих загроз та швидка їх нейтралізація.

Висновок. Таким чином, ефективна система управління економічною безпекою м'ясопереробного підприємства передбачає чіткість, послідовність дій служби економічної безпеки на підприємстві, спрямованої на захист його інтересів від несприятливих факторів зовнішнього середовища. Отримані результати можуть стати базою для подальших досліджень, спрямованих на удосконалення стратегічного управління м'ясопереробної галузі як одного із прогресивних засобів управління переробними підприємствами.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Павлов О.І.

Література

1. Грибан Н.Г. Проблеми та перспективи розвитку м'ясопереробної галузі аграрного сектора // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – Випуск 2/2013 (79). – С. 159–164.
2. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: монографія: в 3 т. Т. 1 / О.М. Ляшенко, О.С. Погорелов, В.Л. Безбожний [та ін.]; за заг. ред. Г.В. Козаченко– Луганськ: Елтон – 2, 2010. – 282 с.

ОБЛІК НЕСТАЧ ВІД РОЗКРАДАНЬ І ПСУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ

**Криворотенко О.Е., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

У фінансово-господарській діяльності підприємств мають місце випадки, коли в результаті перевірок, ревізій, інвентаризацій виявляються суми нестач, розкрадання матеріальних цінностей, грошових коштів, а також витрати від псування матеріальних цінностей, які повинні бути відшкодовані за рахунок винних осіб. Найбільш розповсюдженим способом виявлення нестач є інвентаризація.

Метою інвентаризації є перевірка фактичної наявності запасів, порівняння їх фактичної наявності з даними відповідних рахунків бухгалтерського обліку. Порядок проведення інвентаризацій, дати їх проведення протягом поточного року, визначається керівником підприємства, за винятком випадків, коли проведення інвентаризацій є обов'язковим згідно з Інструкцією по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 11 серпня 1994 р. № 69 зі змінами і доповненнями [2].

Інвентаризація запасів проводиться за їх місцезнаходженням та за матеріально-відповідальними особами. Для проведення інвентаризації утворюється постійно діюча комісія, персональний склад якої затверджує керівник підприємства або орган, уповноважений до керівництва. Якщо виявленні нестачі то у протоколі інвентаризаційної комісії зазначають пропозиції про списання нестач у межах норм природного убутку, а також понаднормативних нестач і втрат від псування цінностей із зазначенням вжитих заходів щодо запобігання таким втратам і нестачам тощо.

Причинами виявлених розбіжностей можуть бути:

- крадіжка чи недбалість працівників;
- помилки під час приймання, відпускання та зберігання цінностей;
- природні втрати (розпилування, випаровування, всихання тощо).

Якщо втрати під час зберігання та реалізації цінностей сталися через недбалість матеріально відповідальної особи, крадіжки чи навмисного недовантажу зі сторони постачальника, то працівник (матеріально-відповідальна особа) має відшкодувати завдані збитки в матеріальній формі.

Відшкодування вартості завданого збитку може здійснюватися трьома шляхами [1]:

- через розпорядження керівника про утримання збитку із суми заробітку працівника (ч. 2 ст. 136 КЗпП);
- добровільно (ч. 5 ст. 130 КЗпП);
- відшкодування збитків у судовому порядку (ч. 3 ст. 136 КЗпП).

Не пізніше двох тижнів з дня виявлення заподіяного працівником збитку складається наказ про притягнення до матеріальної відповідальності працівника, але сама процедура стягнення розпочинається не раніше 7 днів з дня повідомлення працівника (ч.2 ст.136 КЗпП) [1].

Розрахунок суми відшкодувань завданих збитків, пов'язаних із розкраданням, знищенням (псуванням), нестачею чи втратою ТМЦ користуються Порядком визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей, затвердженим постановою КМУ від 22.01.1996 р. № 116 [3]; для визначення суми відшкодувань дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння та валютних цінностей, здійснюється згідно з Законом України «Про визначення розміру збитків, завданих підприємству, установі, організації розкраданням, знищенням (псуванням), нестачею або втратою дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння та валютних цінностей» від 06.06.1995 р. № 217/95-ВР.

Облік цінностей відображається в обліку в залежності причин їх виникнення:

1. Нестачі запасів через природній убуток. Тут «винуватцями» виступають такі фізичні процеси як усушка, псування, утреска тощо і відображаються в обліку по Дт 947 «Нестачі і втрати від псування цінностей» та по Кт 20 «Виробничі запаси», 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», 23 «Виробництво», 25 «Напівфабрикати», 26 «Готова продукція», 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», 28 «Товари» (відповідні рахунки класу 2 «Запаси») та 10 «Основні засоби», якщо списують ОЗ, то перед зазначеною кореспонденцією списують знос проводкою Дт 13 «Знос (амортизація) необоротних активів» і Кт 10 «Основні засоби».

2. Нестачі через крадіжку чи умисне псування запасів тощо (понаднормативні убутки). Якщо встановлено конкретного винуватця нестачі, тоді відображають кореспонденцією Дт 375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків» і Кт 716 «Відшкодування раніше списаних активів» (на суму, що належить до відшкодування винною особою). Після покриття збитків залишок коштів перераховують до державного бюджету. Відображають це кореспонденцією Дт 716 «Відшкодування раніше списаних активів» та Кт 642 «Розрахунки за обов'язковими платежами» (на різницю між сумою загальних збитків і прямих збитків). Але якщо винна особа не встановлена, облік нестачі відображаються на позабалансовому субрахунку 072 «Невідшкодовані нестачі і втрати від псування цінностей». Суми відшкодування обліковуються до встановлення винних осіб або до закінчення терміну позовної давності (3 роки).

Отже, для гарантії збереження матеріальних цінностей необхідно обов'язково укладати договір, про повну матеріальну відповідальність працівника, який несе відповідальність за збереження цих цінностей. А також необхідно проводити регулярно планову інвентаризацію матеріальних цінностей та в деяких випадках доречно проводити раптову інвентаризацію для запобігання розкрадань, виявлення нестач тощо.

Науковий керівник – асистент Васьковська К.О.

Література

1. Кодекс законів про працю України: станом на 27 березня 2014 р [Електронний ресурс]/ Верховна Рада УРСР; Кодекс України, Закон, Кодекс від 10.12.1971 № 322-VIII. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08/page> (13.04.2014р.)
2. Наказ зареєстрований в Міністерстві юстиції України «Про інструкцію по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків» [Електронний ресурс] / Мінфін Укра-

- їни; Наказ, Інструкція від 11.08.1994 № 69. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0202-94> (14.04.2014 р.)
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей» [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України; Постанова, Порядок від 22.01.1996 № 116. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/116-96-%D0%BF> (14.04.2014 р.)

ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ

**Криворотенко О.Е., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Незалежно від сфери фінансово-господарської діяльності, праця виступає як цілеспрямована діяльність людей, яке є основним джерелом їх доходів. Для підприємця, праця людей – це витрати, які припадають у середньому від 60 % до 85 % сукупних витрат, що здійснюються підприємством. Економічні, правові та організаційні засади оплати праці працівників регламентуються Законом України «Про оплату праці», відповідно до якого, заробітна плата — це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або вповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

Оплату праці працівників бюджетних установ регулює держава:

— установленням розміру мінімальної заробітної плати та інших державних норм і гарантій;

— установленням умов і розмірів оплати праці працівників на підставі законодавчих та інших нормативних актів України, генеральної, галузевих і регіональних угод, колективних договорів у межах асигнувань за рахунок загального та спеціального фондів;

— оподаткуванням доходів працівників.

Основою організації оплати праці є тарифна система, яка складається з: тарифної сітки, тарифної ставки, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики. Умови та розміри оплати праці працівників бюджетних установ визначаються Кабінетом Міністрів України, Постановою «Про впорядкування умов оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» [2] затверджено схеми посадових окладів, розроблено галузеві схеми посадових окладів, які враховують специфіку та конкретні умови кожної галузі: Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження розмірів посадових окладів (ставок заробітної плати) працівників навчальних закладів, установ освіти на наукових установ». Спільний Наказ Міністерства праці та соціальної політики і Міністерства охорони здоров'я України «Про впорядкування та затвердження умов оплати праці працівників закладів охорони здоров'я та установ соціального захисту населення»; Наказ Міністерства культури і мистецтв України «Про впорядкування умов оплати праці працівників бюджетних установ, закладів та організацій культури», інші нормативні документи. Відповідно до вище вказаних документів здійснюється посадова і кваліфікаційна диференціація заробітної плати працівників бюджетної сфери.

За тарифної системи діють дві форми оплати праці працівників — почасова й відрядна, які передбачають низку систем для різних організаційно-технічних умов праці. Більшість підприємств використовують погодинну оплату праці, яка має два різновиди — штатно-окладну й погодинну системи оплати. Для нарахування заробітної плати працівникам з погодинною оплатою праці необхідні відомості про посадові оклади (штатний розпис), присвоєні розряди (накази (розпорядження)), годинні тарифні ставки (тарифну сітку), а також дані табельного обліку відпрацьованого ними часу за відповідний період (місяць). Заробітна плата нараховується раз на місяць.

Для окремих працівників бюджетної сфери, не визначено тарифних розрядів, а посадові оклади (ставки заробітної плати) встановлюються в наступних розмірах:

— проректорам, заступникам керівників бюджетних установ, закладів та організацій, заступникам керівників структурних підрозділів цих установ, закладів та організацій встановлюються на (5-15) % нижче ніж посадовий оклад відповідного керівника;

— головних бухгалтерів – на (10-30) % нижче ніж посадовий оклад відповідного керівника;

— помічників керівників – на (30-40) % нижче ніж посадовий оклад відповідного керівника.

Крім основної роботи, працівникам бюджетних установ дозволено працювати за сумісництвом.

Сумісництвом вважається виконання працівником, крім своєї основної, іншої регулярно оплачуваної роботи на засадах трудового договору у вільний від основної роботи час у тій чи іншій установі, організації. Порядок оплати сумісництва регламентується Постановою КМУ «Про роботу за сумісництвом працівників державних підприємств, установ і організацій» та Положенням про умови роботи за сумісництвом працівників державних підприємств, установ і організацій, затвердженим наказом Мінпраці України, Мінюстом України та Міністерством Фінансів України [1].

Місячна заробітна плата працівників бюджетних установ може перевищувати посадовий оклад за рахунок надбавок і доплат, різних за своєю економічною сутністю та розмірами

Для обліку розрахунків із працівниками за всіма видами заробітної плати призначено пасивний субрахунок № 661 «Розрахунки із заробітної плати» рахунка № 66 «Розрахунки з оплати праці». За кредитом цього субрахунка відображаються нараховані суми, а за дебетом – утримання, вирахування, виплати, суми депонованої заробітної плати. Нарахування заробітної плати здійснюється один раз на місяць і відображається в останній день місяця.

Утримання з заробітної плати працівників через бухгалтерію бюджетних установ за переліком і економічним змістом не мають якихось особливостей і здійснюються згідно з чинним законодавством на загальних підставах.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванченкова Л.В.

Література

1. Наказ зареєстрований в Міністерстві праці України, Міністерстві юстиції України та у Міністерстві фінансів України «Про затвердження Положення про умови роботи за сумісництвом працівників державних підприємств, установ і організацій» [Електронний ресурс] / Мінпраці України (до1997р.), Мін'юст України, Мінфін України; Наказ, Положення, Перелік від 28.06.1993 № 43. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0076-93> (08.04.2014 р.)

2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про впорядкування умов оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери» [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України; Постанова від 07.02.2001 № 134. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/134-2001-%D0%BF> (08.04.2014 р.)

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**Криворотенко О.Е., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБІК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Фінансова звітність є основним джерелом інформації для проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства. Фінансова звітність малих підприємств складається за скороченою формою, подається разом з річною податковою звітністю не пізніше 28 лютого, наступного за звітним роком. Звітність складається за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та міжнародними стандартами фінансової звітності відповідно до законодавства.

Скорочена форма складається з:

- Баланс (ф.№1-м);
- Звіт про фінансові результати (ф.№2-м) [2].

Для звітування за формою № 1-м та № 2-м не передбачено спеціальних термінів, тому слід керуватися загальними правилами Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV та Порядком подання фінансової звітності" від 28.02.2000 р. № 419[1]. Звітним періодом для складання фінансової звітності є квартал, півріччя, 9 місяців та календарний рік.

Форма звітності № 1-м складаються з двох стандартних частин: актив і пасив. Актив складається з 3 розділів, пасив – з 4 розділів.

Порівнюючи перший розділ Балансу суб'єкта малого підприємництва та звичайного, видно, що розділ має однакову назву «Необоротні активи» та більшість статей, але є деякі статті відсутні, а саме:

- нематеріальні активи;
- інвестиційна нерухомість;
- довгострокова дебіторська заборгованість;
- відстрочені податкові активи.

Другий розділ суттєвих відмінностей не має, але є розбіжності в статі «Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги» суб'єкта малого підприємництва з статтею загальної форми, яка включає в себе дебіторську заборгованість за продукцію і має назву «Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги».

Третій розділ статей не має, назва розділу Балансу суб'єкта малого підприємництва та загальної форми має однакову назву «Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття».

Перший розділ пасиву Балансу в двох формах називається «Власний капітал». В загальній формі розкривається сутність статей: зареєстрований (пайовий) капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток (непокриті збитки), неоплачений капітал, вилучений капітал. В пасиві Балансу малих підприємств не розкривається суть статей «Капітал у дооцінках» та «Вилучений капітал».

Другий розділ пасиву Балансу малих підприємств не має статей, які більш детально розкриють сутність його назви «Довгострокові зобов'язання, цільове фінансуван-

ня та забезпечення», на відміну від загальної форми яка має назву «Довгострокові зобов'язання і забезпечення» та включає такі статті: відстрочені податкові зобов'язання, довгострокові кредити банків, інші довгострокові зобов'язання, довгострокові забезпечення та цільове фінансування.

Дивлячись на третій розділ пасиву, ми бачимо, що суб'єкти малого підприємництва не розглядають поточні забезпечення на відміну від загальноприйнятої форми Балансу, яку можливо побачити ще в самій назві «Поточні зобов'язання і забезпечення».

Четвертий розділ пасиву Балансу загальної форми та форми суб'єктів малого підприємництва, має назву та відображає «Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття».

Розглянемо відмінності Звіту про фінансові результати за допомогою табл. 1 [2].

Таблиця 1– Порівняння структури Звіту про фінансові результати

Загальна форма	Відмінності форми малих підприємств до загальної	Для суб'єкта малого підприємництва
Чистий дохід від реалізації продукції	+	Чистий дохід від реалізації продукції
Собівартість реалізованої продукції	+	Інші операційні доходи
Валовий: прибуток, збиток	–	Інші доходи
Інші операційні доходи	+	Разом доходи
Адміністративні витрати	–	Собівартість реалізованої продукції
Витрати на збут	–	Інші операційні витрати
Інші операційні витрати	+	Інші витрати
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток, збиток	–	Разом витрати
Дохід від участі у капіталі	–	Фінансовий результат до оподаткування
Інші фінансові доходи	+	Податок на прибуток
Інші доходи	+	Чистий прибуток (збиток)
Фінансові витрати	–	
Втрати від участі в капіталі	–	
Інші витрати	+	
Фінансовий результат до оподаткування : прибуток, збиток	+	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	–	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	–	
Чистий фінансовий результат: прибуток, збиток	+	

Науковий керівник – ст. викладач Стасюкова К.В.

Література

4. Україна. Закон «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України; Закон від 16.07.1999 № 996-XIV – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (08.03.2014 р);
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [Електронний ресурс]/ Мінфін України; Наказ, Положення, Форма від 25.02.2000 № 39 – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> (08.03.2014р).

РОЗРОБКА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОУСАМИ МЕРЕЖІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРЮВАННЯ В МІСТІ ОДЕСІ

Неделков О.В., студент ОКР «Спеціаліст» факультет ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сьогодні логістика як науковий напрямок розширює межі свого застосування і відокремлюється в спеціальну дисципліну, тісно пов'язану з математикою, кібернетикою, статистикою та певними економічними науками. Здійснюються спроби подальшого розширення сфери застосування логістики шляхом виділення таких об'єктів її дослідження як трудових, енергетичних та інших потоків, які присутні в економічних системах. Теоретичні положення і конкретні рекомендації логістики активно впроваджуються в практичну діяльність фірм і компаній у багатьох країнах. Актуальним є впровадження логістики як наукової основи управління поточковими процесами у ресторанному бізнесі [1, С. 7].

Збутова логістика у ресторанному господарстві – раціоналізація процесу фізичного просування готової кулінарної продукції до споживача та формування системи ефективного логістичного сервісу [2, С. 39].

Постановка завдання. Як ми знаємо майже у кожній страві використовується виключний соус, який потребує усебічної уваги. Тобто, соус повинен мати відповідну консистенцію, смак, колір, запах та приносити якоїсь таємниці у кожен страву. Розглянувши більш детально виготовлення соусів, можна помітити, що:

- для виготовлення соусів потребується час, а саме час роботи кухарів;
- виготовлення соусів у малих кількостях, наприклад для однієї страви несе у собі великі затрати собівартості цієї страви.

Розглянувши цю проблему пропонується створення та впровадження системи виготовлення та доставки соусів по всьому місту Одесі.

очікується, що конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства, що будуть використовувати цю систему доставки соусів, збільшується за рахунок:

- зниження собівартості товару;
- підвищення надійності і якості постачань (гарантовані терміни, відсутність браку, можливість постачання необхідними партіями і т. п.).

Об'єкт вивчення логістики ресторанного господарства – матеріальний потік (соус) на стадії руху від виробництва до споживача.

Предмет вивчення – раціоналізація процесу фізичного просування соусу до споживача.

Завдання логістики у ресторанному господарстві:

- забезпечення конкурентоспроможності продукції та послуг;
 - раціоналізація параметрів просування динамічних матеріальних потоків (ритмічність та своєчасність реалізації продукції та послуг);
 - забезпечення готовності до розширення пропозиції продукції та послуг;
 - оптимізація формування портфеля замовлень;
 - постійний пошук нових ринків збуту й закріплення положення на старих ринках;
 - встановлення стійких контактів зі споживачами;
 - відстеження за виконанням замовлень;
 - забезпечення максимального сервісу;
 - забезпечення транспортування продукції до місця призначення.
- Важливою складовою розробки цієї системи є :
- оформлення замовлення.
 - вибір тари, у якій слід транспортувати соуси;
 - періодичність поповнювати запаси у закладах;
 - кількість та тип автотранспорту;
 - коректне визначення маршруту транспортування.

Логістика на підприємствах ресторанного господарювання тісно пов'язана з маркетинговою складовою цих закладів. Саме тому, провівши дослідження ринку соусів у м. Одесі визначено, що потрібно приблизно 7 т для щоденного використання. Пропонується створення власного виробництва та забезпечення соусами місцеві заклади ресторанного господарювання. Це дасть змогу закладам використовувати соуси не власного виготовлення, що достатньо витратне, а замовляти його на нашому майбутньому підприємстві. Необхідно також звернути увагу на спосіб оформлення замовлення для замовників та можливості зворотнього зв'язку. Для оформлення замовлення слід використовувати два типи замовлення:

- 1) телефонне замовлення;
- 2) бланк замовлення.

Така система дасть змогу відслідковувати попит на дану продукцію у певних закладах, та чітко виконувати замовлення. Пропонується, що усі замовлення буде доставляти кожному замовнику на наступний день. Не викликає сумнівів, що для розробки логістичної системи слід брати в увагу те, що заклади розповсюджені по всьому місту. Отже, пропонується розділити місто на частини у яких об'єми споживання будуть приблизно рівними, що дасть нам змогу рівномірно розподілити навантаження на транспортні засоби. Виходячи з добового попиту та типу автотранспорту зможемо визначити кількість потрібного нам автотранспорту і виходячи з цього максимально ефективно використовувати транспортні ресурси [2, С. 106-107].

Слід зазначити, що для пильного та коректного управління системою замовлення та доставки, необхідно дві нові посади, а саме безпосередньо логіст та диспетчер на підприємстві. Транспорт повинен бути певного типу та певної вантажопідйомності аби марно не використовувати ресурси підприємства. Типи автотранспорту залежать від виду соусів, які знаходяться у русі. Тобто, для соусів у яких строк придатності не перевищує 48 годин слід використовувати автотранспорт з вбудованими холодильними камерами, аби зберігати якість продукції на вищому рівні [3, С. 89].

Висновок. Як зазначалося вище впровадження даної логістичної системи для кожного з закладів ресторанного господарювання надасть ряд переваг, а саме:

- 1) великий асортимент можливих замовлень соусів;

- 2) надійність доставки;
- 3) висока якість продукції;
- 4) підвищення конкурентоспроможності закладів.

Отже, має сенс розробка логістичної системи забезпечення соусами мережі закладів ресторанного господарювання в м. Одесі.

Науковий керівник – асистент Бренер О.Д.

Література

1. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. — 284 с.
2. Зубар Н. М., Григорак М.Ю. Логістика у ресторанному господарстві: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 312 с.
3. Логістика. Навчальний посібник. Тридід О. М., Таньков К. М., Леонова Ю. О., 2008. — 176 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ У БАНКАХ

**Ніколаєва С.І., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Завершальним етапом діяльності підприємства або банківської установи є формування фінансової звітності наприкінці звітного періоду, подання якої регламентується Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (№996- XIV від 16 липня 1999 р.) зі змінами та доповненнями, для підприємств - НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» та НП(С)БО 2 «Консолідована фінансова звітність», для банківських установ – Законом України «Про банки і банківську діяльність в Україні», Законом України «Про Національний банк України», Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в банках України, Інструкцією про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, Правилами організації статистичної звітності, що подається до Національного банку України.

Фінансову звітність банки України складають і подають до Національного банку в грошовій одиниці України (у тисячах гривень) [1]. Порядок складання і подання фінансової звітності відокремленими структурними підрозділами та учасниками консолідованої групи банк (материнський банк) визначає самостійно. На відміну від банків підприємства-платники податку на прибуток разом з податковою декларацією з податку на прибуток відповідно до пункту 46.2 Податкового кодексу України подають квартальну або річну фінансову звітність до органів Міністерства доходів України.

На основі нормативно-правової бази фінансова звітність складається з п'яти обов'язкових форм звітності, таких як : Баланс (для банків та банківських установ – Звіт «Баланс»), Звіт про фінансові результати, Звіт про рух грошових коштів, Звіт про власний капітал, Примітки до фінансової звітності (Примітки до звітів), але для банківських установ України додається ще форма «Загальна інформація про діяльність банку»[3]. Особливості структури звітності розглянемо нижче.

Баланс – є однією з обов'язкових форм звітності для підприємств і банківських установ України. В балансі підприємства групується та узагальнюється інформація про стан господарських засобів і джерел їх утворення на певну дату [1], а банки в ньому ві-

дображають наявність контрольованих ресурсів грошових коштів. Слід зауважити, що для перших форма має назву – Баланс (Звіт про фінансовий стан), а для других – Баланс / Консолідований баланс. Також маємо наступні і структурні різниці: для підприємств баланс складається з двох розділів – активу і пасиву, для банківських установ з трьох – активу, зобов'язань, власного капіталу.

Наступною формою є звіт про фінансові результати, що дає оцінку і прогноз прибутковості діяльності банку або підприємства, структури доходів і витрат. Підприємства складають Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), що складається з 4 розділів: I. Фінансові результати, II. Сукупний дохід, III. Елементи операційних витрат, IV. Розрахунок показників прибутковості акцій, на відміну від Звіту про фінансові результати / Консолідованого звіту про фінансові результати для банківських установ, що в структурі має 28 статей, що розкривають основні фінансові показники діяльності даної установи [2].

Звіт про рух грошових коштів для підприємств має у структурі 3 розділи (I. Рух коштів у результаті операційної діяльності, II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності, III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності) на відміну від банківського Звіту про рух грошових коштів / Консолідованого звіту про рух грошових коштів, що складається з 56 статей. Дана форма дає оцінку і прогноз операційної, інвестиційної, фінансової діяльності суб'єкту господарювання.

Звіт про власний капітал має спільну структуру для підприємств и банків, що представляє собою перелік статей, що розкриває інформацію про зміни у структурі власного капіталу та оцінює і прогнозує їх.

В Примітках до фінансової звітності (для підприємств) та у Примітках до звітів (для банківських установ) дається оцінка і прогноз облікової політики, діяльності об'єкта економічної діяльності в цілому [3].

Так, аналіз процедури подання фінансової звітності та її характеристик структури виходить, що облік у банках має форму міжнародної звітності на відміну від підприємств, звітність яких почала тільки з 2013 року переходити до формування національних стандартів обліку, що базуються на міжнародних нормативно-правових засадах. Подання інформації у фінансовій звітності банківських установ має більш спрощений вигляд подання, також додатково додається загальна інформація про банк, що представляє собою реквізити, адреси, місцезнаходження, форми власності, дочірні філії та інше. Відомості, що розкриваються банківськими установами призначені для інвесторів, працівників, позикодавців, постачальників та інших торгових кредитів, клієнтів, урядових установ, громадкості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, ст. викладач Мельник Ю.М.

Література

1. Україна. Закон. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон № 996 – XIV від 16.07.1999 р. зі змінами та доповненнями.
2. Аудит. (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту). / За ред. проф. Немченко В.В., Редько О.Ю., Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 540 с.
3. Ткачук Г.П., Сарахман О.М., Бречко Т.М., Фінансовий облік у банках: Навч. Посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 424 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Номеровська О.С., студентка ОКР «Магістр» економічного факультету
Одеський державний аграрний університет, м. Одеса

Розвиток ефективного використання земельних ресурсів потребує відповідного вдосконалення механізмів управління земельними ресурсами з боку державних земельних органів, тобто державної підтримки як загалом в аграрному секторі, так і у сфері управління земельними ресурсами. Його роль особливо зростає, виходячи із завдань земельної реформи, яка передбачає перерозподіл земель для подальшої передачі їх у власність, формування багатокладної економіки на селі і, найголовніше – забезпечення раціонального використання та охорони земельних ресурсів, як найважливішого національного багатства.

Для удосконалення організаційно-економічного механізму використання земельних ресурсів, рекомендуємо покращити інструменти організаційного та економічного механізму. Так, в удосконаленні сучасного організаційного механізму ефективного використання земельних ресурсів необхідно зосередити увагу на законодавчому методі, який забезпечить вдосконалення існуючої нормативно-правової бази раціонального використання та охорони земель, а економічний механізм має передбачати економічне стимулювання, відшкодування збитків та плату за землю.

Важливе значення для забезпечення раціонального використання земель сільськогосподарського призначення має управлінська діяльність, тобто робота органів державної влади, які забезпечують дотримання вимог земельного законодавства всіма суб'єктами сільськогосподарської діяльності, а також проведення перевірок з метою виявлення порушень та притягнення винних осіб до відповідальності.

Одним із найпоширеніших управлінських засобів забезпечення раціонального використання сільськогосподарських угідь є регулярне проведення моніторингу земель. Метою моніторингу земель є прогноз змін у землекористуванні, які очікуються від господарської діяльності, та наслідків, що можуть виникнути при цьому.

Серед напрямів державного впливу важлива роль належить економічним інструментам і важелям орієнтації та стимулювання діяльності учасників економічного процесу з урахуванням інтересів суспільства.

Необхідною умовою забезпечення ефективності економічного механізму раціонального землекористування та охорони земель є комплексність організаційних, економічних та правових механізмів управління.

Економічне стимулювання раціонального використання та охорони земель спрямоване на посилення зацікавленості землекористувачів у збереженні та відтворенні родючості ґрунтів, захисті земель від наслідків надмірного антропогенного впливу.

На нашу думку, в умовах нестабільної економіки і фінансової кризи доцільно було б розширити економічне стимулювання в таких напрямках:

- вести пільгове оподаткування тих землевласників, які вкладають кошти у землеохоронні заходи, екологічно безпечні технології, будівництво землеохоронних споруд;
- безкоштовно надавати інформацію про науково обґрунтовану протиерозійну організацію території новоствореним сільськогосподарським формуванням;
- звільнити від податків ту частину прибутків аграрних товаровиробників, яку вони спрямовують на проведення заходів з охорони земель;
- застосовувати заохочувальні ціни та надбавки на екологічно чисту продукцію землеробства.

Доцільно було б розвивати екологічне підприємництво – особливу, специфічну форму суспільно корисної діяльності, сутність якої полягає у відтворенні ресурсного потенціалу аграрного сектору. Як показує світовий досвід, щодо розв'язання екологічних проблем в аграрному секторі, стимулом для розвитку екологічного підприємництва має стати екологічне податкове інвестиційне стимулювання виробників до використання екологічно чистих технологій та обладнання.

Повинно відбуватися не тільки стимулювання, а й відшкодування збитків у разі погіршення якості земель або приведення їх у непридатність для використання. Згідно законодавства, до власників і землекористувачів, що заподіяли шкоду земельним угіддям, застосовуються економічні санкції у формі відповідних штрафів. Доцільно було б дещо розширити межі штрафних санкцій щодо порушень землекористувачами принципів раціонального використання земельних ресурсів. А саме:

- встановити прогресивні штрафи за екологічні правопорушення;
- ввести екологічний податок на прибуток тих аграрних товаровиробників, які застосовують екологічно небезпечні технології, засоби і системи землеробства, що погіршують екологічний стан або виснажують ґрунти;
- встановити умови екологічно безпечного землекористування, зокрема оптимального рівня розораності, місця та способів розміщення ерозійно небезпечних культур, обмеження в засобах хімізації та обробітку ґрунту;
- запровадити спеціальне додаткове оподаткування екологічно шкідливої продукції землеробства та продукції, що виробляється із застосуванням екологічно небезпечних технологій.

Сьогодні, на наш погляд, потрібно вдосконалити державне управління земельними ресурсами за такими напрямками:

- підтримка та сприяння розвитку усіх форм власності на селі;
- удосконалення системи оподаткування землі;
- розвиток кредитування під заставу землі, в тому числі іпотечного кредитування;
- створення ефективної системи моніторингу земель;
- удосконалення методичних та методологічних підходів до проведення грошової та економічної оцінки земель;
- охорона та постійний контроль за станом навколишнього середовища;
- поліпшення організації та якості контролю за рівнем використання землі суб'єктами господарювання різних форм власності.

Таким чином, на сьогоднішній день в Україні склалася розгалужена система організаційно-економічного забезпечення раціонального використання земель, яка включає в себе як сукупність нормативно-правових актів, так і ряд заходів управлінського характеру. Лише при системному підході всі ці елементи можуть забезпечити раціональне використання сільськогосподарських земель.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бахчиванжи Л.А.

Література

1. Механізми управління земельними відносинами в контексті забезпечення сталого розвитку / Ш. І. Ібатуллін, О. В. Степенко, О. В. Сакаль [та ін.]. – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 52 с.
2. Горлачук В.В. Наукові основи управління земельними ресурсами. Лекція /Горлачук В.В., В'юн В.В., Сохнич А.Я. – Львів: НВФ «Українські технології». – 2002. – 76 с.

РОЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В СИСТЕМІ ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**Облак Ю.О., студент ОКР «Магістр» факультету ТВКПіТ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Міжнародна торгівля вважається однією з перших форм міжнародних економічних відносин. Її зародження сягає у глибину сторіч, про що свідчать різноманітні археологічні знахідки та письмена. Після промислових революцій XVI-XVIII століть з появою великої машинної індустрії зовнішня торгівля досягає значних масштабів і набуває характеру стійких міжнародних товарно-грошових відносин. Вона стає основною і найбільш динамічною формою міжнародних економічних відносин.

Міжнародна торгівля (world trade, international trade, world commerce) – це сфера міжнародних товарно-грошових відносин, яка охоплює сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу, тобто складається з їх експорту та імпорту товарів (матеріальних цінностей) та послуг. Таким чином, предметом міжнародної торгівлі виступають різноманітні товари та послуги, а її суб'єкти функціонують у різних країнах. Ними можуть виступати держави, юридичні та фізичні особи, міждержавні та міжнародні організації.

Основною формою сучасних міжнародних економічних відносин є міжнародна торгівля, хоча деякі економісти вважають, що сьогодні вона відходить на другий план, поступаючись міжнародній виробничій діяльності та експорту капіталу. Разом із тим, сьогодні активна участь країни у світовій торгівлі може надавати їй значних переваг, зокрема, дозволяє ефективніше використовувати наявні в країні ресурси, долучатися до світових досягнень науки й техніки, у більш стислі терміни здійснювати структурну перебудову своєї економіки, а також повніше і різноманітніше задовольняти потреби населення [1].

Зовнішня торгівля забезпечує постачання засобів виробництва та предметів споживання на світовий ринок і являє собою опосередковану форму реалізації інших форм МЄВ. Наприклад, під впливом науково-технічної революції (НТР) виникли та інтенсивно розвиваються нові галузі та види виробництва (електроніка, генна інженерія тощо), а через світову торгівлю здійснюється обмін продуктами цих галузей між країнами. Потоки капіталу часто супроводжуються постачанням товарів та послуг на зарубіжні ринки; особливо це стосується створення спільних підприємств та здійснення спільних інвестиційних проектів. Зовнішня торгівля є також важливим каналом передачі науково-технічних знань та досягнень. Вона забезпечує обмін досвідом виробничого, управлінського та іншого характеру, супроводжує експорт капіталу й технологій та створення міжнародних інтеграційних виробничих систем. Вона зародилася в глибоку давнину, але всесвітній ринок як складова частина світового господарства склався в період розвитку капіталістичних відносин. Всесвітній ринок (світовий ринок) – це система обміну товарами на міжнародному рівні.

Розвивається зовнішня торгівля на основі міжнародного поділу праці. Міжнародний поділ праці вигідний тим, що веде до спеціалізації, підвищення ефективності виробництва, зростання продуктивності праці, поліпшення якості продукції [2].

Міжнародна торгівля включає експорт та імпорт. Вивезення товарів або капіталів називають експортом, увезення – імпортом, співвідношення між експортом та імпортом – торговим балансом. Сума експорту й імпорту становить зовнішньоторговий оборот, а різниця між ними – сальдо торгового балансу. Якщо експорт перевищує імпорт, то сальдо є позитивним, якщо переважає імпорт – сальдо є негативним [3].

Яке сальдо є вигіднішим для країни? На дане питання однозначної відповіді нема. При значній перевазі позитивного сальдо частина ВВП, виробленого в країні, буде споживатися за кордоном, а імпорт не компенсує скорочення внутрішнього споживання. Крім того, гроші, Виручені таким чином, але не використані для оплати імпорту, можуть посилювати інфляцію. Якщо імпорт тривалий час переважає експорт, то виникає проблема оплати імпорту. Треба брати кредит, а це борг, його потрібно віддавати з процентом. У сучасних умовах на міжнародному ринку дедалі більшого значення набуває торгівля продукцією машинобудування, послугами, «ноу-хау», послугами з комплексного постачання й запуску устаткування і технологій, патентами та ліцензіями. Патент дає виключне право його власникові на користування винаходом. У випадку продажу патенту це право переходить до покупця. Але власник, як правило, не продає патенту, а продає ліцензію, тобто дозвіл на право використовувати винахід. Купівля ліцензій дає змогу економити час і кошти на проведення власних досліджень.

На міжнародному ринку складаються світові ціни. Вони формуються під впливом попиту і пропозиції. Країни і фірми, в яких нижчі витрати виробництва на одиницю продукції, ніж міжнародні, одержують високі прибутки. їм вигідно експортувати такі товари й купувати за кордоном ті, виробництво яких усередині країни обходиться дорого, тобто витрати виробництва перевищують ціну товару на міжнародному ринку [4].

У сучасних умовах важливу роль у зовнішній торгівлі відіграють транснаціональні корпорації (ТНК). ТНК – це національні компанії, які значну частину своєї діяльності здійснюють за кордоном. Вони мають в інших країнах свої фірми, дочірні підприємства, володіють контрольними пакетами акцій підприємств інших країн. У торгових стосунках ТНК використовують так звані трансфертні ціни. Це внутрішні ціни, які застосовуються в торгівлі між головними і дочірніми підприємствами. Вони дають можливість уникати оподаткування і збільшувати прибутки.

Місце міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин визначається тим, що, по-перше, через неї реалізуються результати всіх форм світогосподарських зв'язків – вивозу капіталу, виробничої кооперації, науково-технічного співробітництва. По-друге, розвиток міжнародної торгівлі товарами визначає динаміку міжнародного обміну послугами. По-третє, зростання і поглиблення міжрегіональних та міждержавних взаємозв'язків виступають важливою передумовою міжнародної економічної інтеграції. По-четверте, міжнародна торгівля сприяє подальшому поглибленню міжнародного поділу праці та інтернаціоналізації господарських зв'язків.

На сучасному етапі міжнародна торгівля регулюється міжнародними торговими організаціями, ТНК та банками. У 1948 р. було утворено Генеральну угоду з тарифів і торгівлі (ГАТТ). Це міжнародна організація, яка діяла на основі міжнародного багатостороннього договору, в якому зафіксовано принципи і правила міжнародної торгівлі, обов'язкові для країн-учасниць. З січня 1996 р. Це перетворено у Світову організацію торгівлі (СОТ). До неї входить понад 130 країн [5].

Таким чином у найближчі роки головними завданнями міжнародної торгівлі України залишатимуться: забезпечення динамічного економічного зростання переважно за рахунок науково-технологічних чинників і підвищення продуктивності факторів виробництва; утримання макроекономічної рівноваги (інфляція, зайнятість, обмінний курс гривні, відсоткова ставка Національного банку, дефіцит держбюджету й ін.); здійснення широкомасштабної структурної реформи галузевого і територіального спрямування, реструктуризація інституційної системи, реформування адміністративно-територіального устрою; збалансований розвиток соціальної сфери, доведення її рівня до параметрів країн Центральної та Східної Європи; переведення зовнішньоекономіч-

них зв'язків України на нову основу шляхом прагматизації інтеграційних процесів і здійснення цивілізованої експансії на ринках третіх країн.

Науковий керівник – аспірант Значек Р.Р.

Література

1. Бураковський І. Теорія міжнародної торгівлі. 2-е вид. – К., 2000. – 241 с. 2. Економіка зарубіжних країн / За ред. Козака Ю. К.: ЦУЛ, 2003.
3. Ломакин В.К. Мировая экономика: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 735 с.
4. Міжнародна економіка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. Дисципліни. /А.М. Поручник та ін.; За ред. А.М. Поручника / – К., КНЕУ, 2005. – 160 с.
5. Шевчук В. Міжнародна економіка. – Львів: Каменяр, 2003. – 719 с.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КУКУРУДЗИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

**Осипчук В.Ю., студент ОКР «Магістр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Сприятливі кліматичні умови і якісні земельні ресурси зумовлюють значний потенціал агропромислового комплексу України. Продукція сільського господарства є ресурсною складовою виробництва у різних галузях національного господарства, а її експорт – однією з найважливіших статей зовнішньої торгівлі країни.

Виробництво продукції сільського господарства неухильно зростає, зокрема, продукції рослинництва. Одну третину продукції рослинництва в грошовому виразі складають зернові, а одне з чільних місць серед них займає кукурудза. Кукурудза активно використовується у харчовій, індустріальній, тваринницькій і медичній галузях. Загалом можна виділити три напрями використання кукурудзи: на продовольчі цілі, на кормові цілі і на технічні цілі. Підраховано, що з кукурудзи виготовляють понад 300 різних виробів, значна частина яких, в свою чергу, є сировиною для виготовлення іншої продукції [1].

Ця культура стала вигідною для товаровиробників аграрного сектора через її прибутковість. При вирощуванні кукурудзи прибуток часто вищий, ніж від пшениці, ріпаку чи цукрових буряків. За умови впровадження нових високопродуктивних гібридів та дотримання технології господарства отримують високі врожаї цієї культури і мають хороші прибутки [2]. Тому площі посіву цієї культури в Україні постійно збільшувались.

Внаслідок значної зацікавленості у вирощуванні кукурудзи за останні 3 роки її виробництво зросло майже в три рази: з 12 млн т у 2010-2011 рр. до 31 млн т очікується у 2013-2014 рр. (рис. 1) [3]. Більше половини виробленої кукурудзи йде на експорт, адже кукурудза є основною фуражною культурою у світі.

Обсяги виробництва кукурудзи в світі, окрім посушливого 2012-2013 сезону, постійно зростали. Разом з цим неухильно зростає попит. Однією з найважливіших причин зростання споживання кукурудзи в світі є подорожчання енергоресурсів, адже вона є основною сировиною для виробництва біоетанолу.

Активна експортна діяльність дозволила Україні увійти до п'ятірки світових лідерів з виробництва та експорту кукурудзи, де вона постійно конкурує з Бразилією за друге місце в рейтингу.

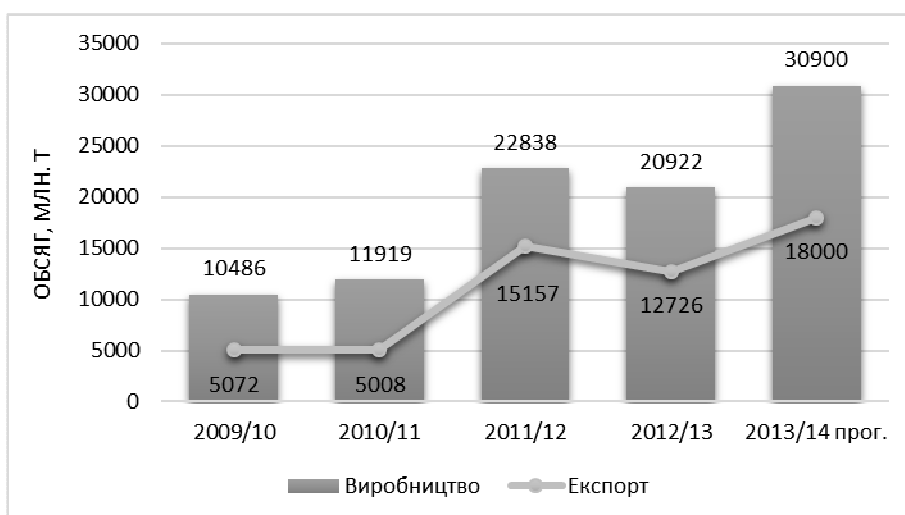


Рис. 1 – Динаміка виробництва та експорту кукурудзи в Україні

Основними імпортерами української кукурудзи є країни Азії, ЄС та Африки.

Ринок кукурудзи знаходиться під впливом різних чинників: політичних рішень урядів країн-виробників зернових культур, кліматичних умов, позицій інвестиційних фондів, що постійно змінюються, зростаючої економіки в азіатських країнах [4]. Безпосередньо або опосередковано вищезгадані чинники впливають на формування світових цін на кукурудзу, а ті, у свою чергу, на ціни у середині країни.

Поточний 2013/2014 сезон характеризується зниженням цін на кукурудзу через її рекордний урожай в Україні і в світі.

Разом зі зниженням цін на кукурудзу збільшуються витрати на виробництво, що обумовлено більшою мірою підвищенням вартості засобів захисту рослин, палива, насінневого матеріалу і мінеральних добрив [5].

Зі зменшенням цін на ринку кукурудзи і підвищенням вартості її виробництва, рентабельність даної культури у 2013/2014 сезоні значно менша ніж в минулих сезонах, коли вона досягала (20-50) %, деякі підприємства на сьогодні фіксують збитки. Рентабельність кукурудзи також залежить від регіону вирощування.

На сьогодні виробники стикаються також з недостатнім фінансуванням. Криза в країні змушує банки провести переоцінку ризиків, що ускладнює для аграріїв доступ до фінансових ресурсів для купівлі насіння та інших ресурсів [6].

Кукурудза є стратегічно важливою культурою для України. Саме тому необхідно провести заходи, що зможуть закріпити і посилити позиції ринку української кукурудзи як в країні, так і в світі. Серед таких заходів можна виділити наступні:

1. Зміна законодавчої бази, митного законодавства, зокрема, спрощення процесу реєстрації договорів оренди, скасування обов'язкового техогляду сільгосптехніки ті ін.
2. Сприяння з боку влади, зокрема, більш тісна співпраця Міністерства аграрної політики з аграріями і врахування їх рекомендацій.
3. Створення національної програми розвитку, що встановить загальнодержавні цілі подальшого розвитку галузі і пріоритетних напрямків.
4. Покращення інфраструктури, особливо транспортної системи, модернізація зерносховищ.
5. Адаптація світового досвіду щодо ресурсозбірегаючих технологій, впровадження нових методів обробки ґрунтів і т.д.

6. Збільшення внутрішнього споживання, за рахунок птахівництва, свинарства і виробництва біоетанолу, що дозволить зменшити ризики виробників кукурудзи від негативних подій на світовому ринку.

7. Підвищення якості збирання і обробки кукурудзи, зокрема, процесу сушіння. З кожним роком конкуренція на світовому і внутрішньому ринках кукурудзи зростає. В таких умовах важливим є забезпечення високої якості зерна, що є значною конкурентною перевагою.

Наукові керівники – канд. техн. наук, доцент Попов Л.П.,
– асистент Брайко М.Г.

Література

1. Маслак О. Кукурудза: куди подіти врожай? // Агробізнес сьогодні – 2011. – №20.
2. Лихочвор В.В., Петриченко В.Ф., Івашук П.В., Корнійчук О.В. Рослинництво. Технології вирощування сільськогосподарських культур. – Львів., 2010. – 1085 с.
3. USDA, Grain: World Markets and Trade / Foreign Agricultural Service Circular FG 12-13, January 2014.
4. Пастарнак О. Перспективи ринку кукурудзи в Україні // Агробізнес сьогодні – 2012. – №7.
5. Средние затраты на 1 га под основными зерновыми и масличными культурами в 2014 году в Украине увеличатся на 13-16 % [Електронний ресурс] // АПК-Информ. – 2014. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru/news/1027677>
6. Sarah McFarlane Funding crunch could cut Ukraine corn crop by up to a third [Електронний ресурс] // Reuters. – 2014. – Режим доступу: <http://www.reuters.com/article/2014/03/20/ukraine-crisis-corn/idUSL6N0MH51U20140320>

МАРКЕТИНГ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ, ПРИ КУПІВЛІ СОЛІ ХАРЧОВОЇ

**Отцел В.С., студент ОКР «Магістр» факультету ТВКПіТ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Актуальність теми полягає в тому, що з групи харчових добавок ми обрали саме сіль, тому що це товар, який використовується кожною людиною для приготування їжі. Завдяки їй вона набуває особливого та неповторного смаку, який ми не отримуємо з жодної харчової добавки. Тому важливо провести оцінку якості солі харчової.

Сама сіль харчова має вигляд дрібних кристалів білого кольору, її хімічний склад регламентується нормативною документацією. Найбільше міститься в солі хлористого натрію (його масова частка має становити не менше 97,00 %). Сіль є життєво необхідною для життєдіяльності людини: вона бере участь у підтримці та регулюванні водно-сольового балансу в організмі, натрій-калієвого іонного обміну [1].

В залежності від характеру родовищі розрізняють:

— кам'яну сіль, яка залягає потужними шарами під ґрунтовим шаром (ця сіль найбільш чиста);

— самосадочну сіль зустрічають у вигляді відкладень на дні солоних озер, звідки її витягують солесосами;

— садочну сіль, вона виходить шляхом відводу морської (або солоної озерної) води в спеціальний басейн, де в результаті підвищення концентрації сіль осідає на дно;

— виварювальну сіль, яка виходить із солоної води природних або штучних джерел шляхом виварювання до утворення дрібних кристалів.

Найчастіше в солі перевіряють саме такі споживні властивості: органолептичні (зовнішній вигляд, смак, колір, запах) та фізико-хімічні (реакція за лакмусом, крупність помелу, масова доля вологи, масова доля нерозчинного в воді остатку) [2].

Ми вирішили в даній статті не перевіряти її споживні властивості, а провести маркетингове дослідження споживчих мотивацій при купівлі солі харчової.

Для цього ми обрали метод проведення анонімного анкетування, який являє собою психологічний вербально-комунікативний метод, в якому в якості засобу для збору відомостей від респондента використовується спеціально оформлений список питань – анкета. У соціології анкетування – це метод опитування, який використовується для складання статистичних (одноразове анкетування) або динамічних (при багаторазовому анкетуванні) уявлень про стан суспільства громадської думки, стану політичної, соціальної та іншої напруженості з метою прогнозування дій або подій. При цьому з'являється можливість оцінити і проаналізувати ставлення споживачів саме до даного виду товару, це допоможе розвиватися виробникам.

За допомогою методу анкетування можна з найменшими витратами отримати високий рівень масовості дослідження. Особливістю цього методу можна назвати його анонімність (особистість респондента не фіксується, фіксуються лише його відповіді). Анкетування проводиться в основному у випадках, коли необхідно з'ясувати думки людей з якихось питань і охопити велику кількість людей за короткий термін [3].

Після проведення анкетування, в якому прийняло участь двадцять чоловік (жінок – 56 % , чоловіків – 44 %) з високим рівнем доходу – 63 % і віком (до 20 років – 19 %, до 30 років – 23 %, до 40 років – 31 %, до 65 років – 17 %, більше 65 років – 10 %) серед яких з вищим рівнем освіти (46 %), і родом занятості (студенти – 25 %, робітники – 20 %, пенсіонери – 10 %, викладачі – 15 %, домогосподарки – 30 %).

Ми можемо зробити наступні висновки, що більшість наших Респондентів (85 %) обирають сіль вітчизняного виробника і лише 15 % – закордонного (рис. 1).

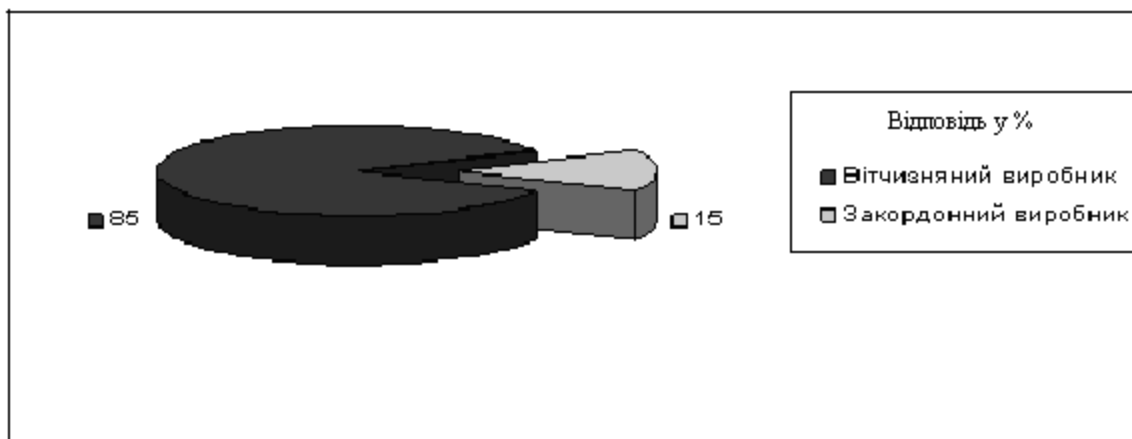


Рис. 1 – Результати за вибором виробника солі харчової

Стійким попитом серед Респондентів користуються такі види: без домішок – 56 % і з додаванням йоду – 33 % , і лише 11 % надають перевагу солі з додаванням фтору. Тип солі харчової, якому більшість надають перевагу – це кам'яна (43 %), в меншій мірі надають своє уподобання морській (26 %), садочній – 17 %, виварювальній – 14 % (рис. 2 і рис. 3).

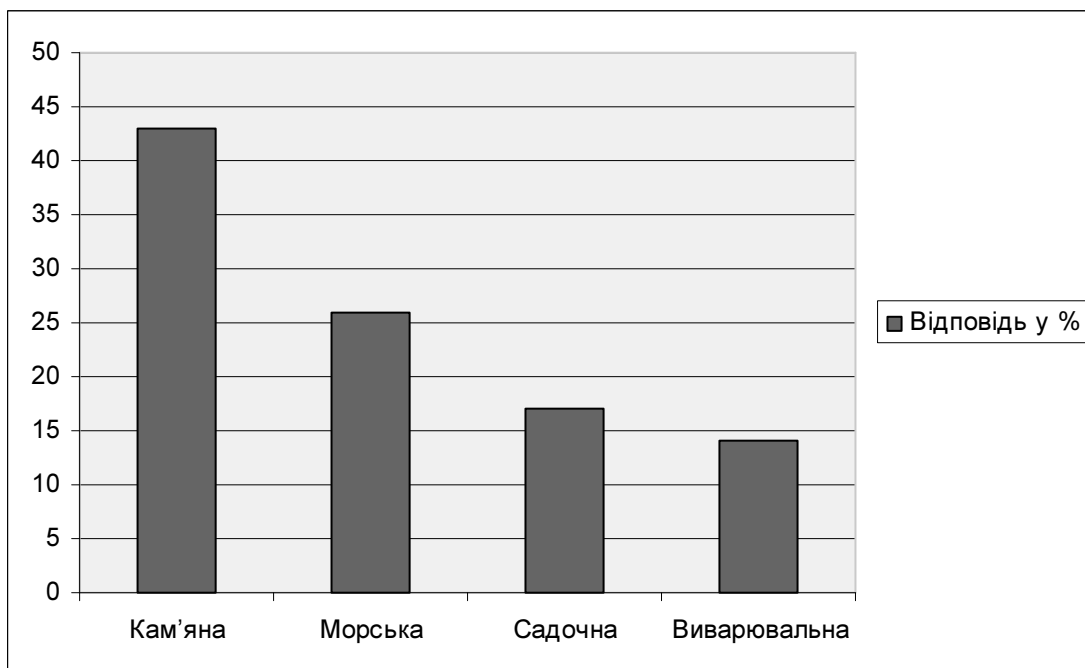


Рис. 2 – Результати за вибором типу солі харчової

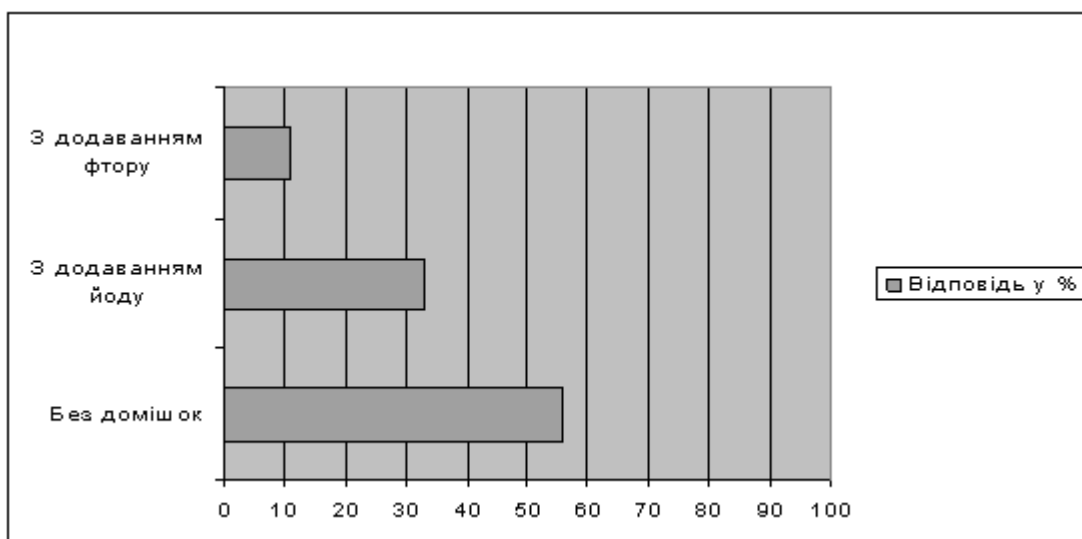


Рис. 3 – Результати за вибором виду солі харчової

Для 76 % Респондентів важливо, щоб сорт солі був екстра, а для 24 % – сорт не має значення, Респондентам зручніше купувати сіль розфасовану по 1 кг (50 %), і меншість (35 %) надає перевагу по 500 г та 15 % по 2 кг. Ми отримали неоднозначні відповіді з приводу упаковки, тому що майже однакова кількість Респондентів одразу обрала картонну (41 %) і полімерну (40 %), і меншість обрала пластмасову (19 %). Щодо асортименту в м. Одесі, то більшість (89 %) вважають його достатнім і лише 11 % – що потрібно розширювати.

За допомогою методу анонімного анкетування досліджували ті види продукції, які, як правило, споживаються населенням частіше. Провели аналіз показників за яким обирають сіль та вивчили мотиви попиту споживачів.

Науковий керівник – доцент Черевата Т.М.

Література

1. Харчові добавки [Електронний ресурс]: офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.womenhealthnet.ru/nutrition/233.html> – Збірка харчових добавок.
2. Артеменко А.І. «Не пересолити! Наука і життя», [Текст] / Артеменко А.І., Авдано-ва А.К // – М: Наука, № 11 (2010), С. 56-57.
3. Маркетинг-Уа [Електронний ресурс]: офіц.сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrbiznes.com/vizit.php> –Аналіз ринку харчової солі.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОНСЕРВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА РИНКУ КОНЦЕНТРОВАНИХ ТОМАТ-ПРОДУКТІВ

Пужайло З.О., студентка ОКР «Магістр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Консервна промисловість – одна з важливіших галузей харчової промисловості України, яка інтенсивно почала розвиватися з 70-х років. Важливою складовою галузі є плодовоовочеконсервна промисловість, підприємства якої займаються первинною переробкою плодів та овочів, їх зберіганням та консервацією. Досить динамічно розвивається такий сегмент плодовоовочеконсервної промисловості як виробництво концентрованих томат-продуктів. В Україні їх виробництво представлено соками, томатною пасетою, соусами та кетчупом. Обсяги виробництва за 2007-2010 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Виробництво томат-продукції за видами, тис. т [4]

Назва продукції	Роки			
	2007	2008	2009	2010
Кетчуп і соуси томатні	75,2	84,5	70,5	78,9
Томати консервовані	2,8	4,0	4,7	2,3
Пюре томатне неконцентроване	2,8	1,1	6,0	3,6
Пюре томатне концентроване	35,7	48,3	70,6	49,3

Половина ринку плодовоовочевої консервації України розподілена між декількома великими виробниками, котрі мають можливість переробляти власну сировину та вести агресивну маркетингову політику. Значна доля ринку належить компаніям, які представлені такими торговельними марками, як «ВЕРЕС», «Чумак», «Златодар», «Торчин продукт», «Ніжин», «Руна».

Розвиток підприємств цієї галузі залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх чинників: високої конкуренції, зростання попиту, коливання цін на продукцію, кліматичних умов, характеристик товарів та потенціалу самого підприємства [1]. Одним з найважливіших факторів є кліматичні умови, сприятливі для вирощування сировини – томатів. В табл. 2 наведені дані про валовий збір та урожайність помідорів, вирощених та зібраних на відкритому та закритому ґрунті.

Урожайність помідорів, вирощених як на відкритому, так і на закритому ґрунті, з 2000 р. щорічно зростає, перевищуючи показники 1990 р. Щорічно збільшується валовий збір помідорів, винятковим є лише 2010 р. (зменшення по всім показникам).

Таблиця 2 – Валовий збір, урожайність помідорів та площа, з якої зібрано врожай [4]

Рік	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010	2011
Валовий збір помідорів, тис. т								
відкритого ґрунту	1465,7	1171,7	1020,0	1337,7	1357,3	1863,5	1651,3	1933,1
закритого ґрунту	76,1	99,0	106,5	134,1	140,8	177,3	173,4	178,5
Урожайність, центнерів з 1 га зібраної площі								
відкритого ґрунту	145,3	112,0	96,3	144,1	170,2	225,7	200,3	228,6
закритого ґрунту	1044,9	758,4	1004,5	1330,4	1279,6	1462,3	1450	1340,4
Площа, з якої зібрано врожай, тисяч гектарів								
відкритого ґрунту, тис га	100,9	104,6	105,9	92,8	79,7	82,6	82,4	84,6
закритого ґрунту, тис. м ²	7281,8	13058,3	10604,4	10079,6	11004,5	12123,5	11961,6	13317,2

Збільшення валового збору томатів сприяє зростанню їх експорту. Так, в 2012 р. експорт склав близько 90 тис. т, що на 17 % більше показника 2011 р. і вдвічі більше обсягу імпорту помідорів в 2012 р. Основний ринок збуту помідорів відкритого ґрунту – внутрішній. Серйозним конкурентом на зовнішньому ринку для України в реалізації помідорів є Туреччина, яка з виробництва помідорів займає III місце в світі після США і Китаю. На протязі зимового періоду частка тепличних томатів і огірків із Туреччини та Іспанії в Україні сягає 80 %, оскільки в цей період їх вирощувати не вигідно: занадто великі затрати. Частка контрабанди тепличних овочів становить понад 90 %.

Ринок плодоовочевих консервів має свою специфіку. Загальний обсяг споживання складається із споживання консервів, виготовлених у домашніх умовах, і продукції, виробленої промисловим способом. За оцінками експертів, частка споживання продукції, приготовленої в домашніх умовах, займає близько (55-65) % у загальному обсязі споживання плодоовочевих консервів. Обсяги споживання плодоовочевих консервів в Україні набагато нижчі, ніж в інших країнах, активно розвиваючих цей ринок, але вищі, ніж у країнах ближнього зарубіжжя. Так, на одного росіянина припадає всього 4 кг консервної плодоовочевої продукції на рік, а українці в середньому споживають близько 8 кг консервної плодоовочевої продукції на рік, в Європі ця цифра становить (10-16) кг, у Канаді – 13, а в США – 50.

Ринок плодоовочевих консервів України все ще знаходиться на етапі формування. В консервній галузі існує багато невирішених проблем: значний фізичний і моральний знос устаткування; скорочення випуску продукції у зв'язку з втратою ринку збуту; відсутність цивілізованого ринку сировини, низька якість сировини; залежність від урожаю певного виду овочів і фруктів; низька оборотність оборотних коштів, відсутність оборотних коштів; відсутність у виробників досвіду просування товару на ринок; велика кількість неофіційного імпорту; проблеми з відшкодуванням експортного ПДВ.

Однак найгострішими є проблеми недосконалості механізму функціонування регіональних ринків овочевої продукції. Вони характеризуються нерегульованістю (ні з боку держави, ні з боку системи ринкових стимулів), організаційної невизначеністю, непрозорістю і стихійністю. Для успішного функціонування цього ринку в Україні слід запровадити ряд макроекономічних заходів: розробка механізмів стимулювання виробників овочевої продукції до вирощування «непопулярних» у певному регіоні овочів з метою нарощування їх виробництва і товарообігу та захисту від імпорту; економічне

регулювання раціональної структури ринку і ринкових відносин шляхом розроблення перспективних цільових продовольчих програм, інвестиційної політики, фінансово-економічних заходів; введення системи контролю за цінами тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кулаковська Т.А.

Література

1. Криворучко В.І., Скупий В.М. Овочівництво України в умовах перехідної економіки. – К.: ІАЕ, 1999. – 56 с.
2. Ручкін О.В., Рудь А.М. Рівень споживання та сегменти ринків овочів // Економіка АПК. – № 11. – 2002. – С. 98.
3. Сільське господарство України за 2012 рік. Статистичний збірник / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Промисловість України у 2007-2010 роках. Статистичний збірник / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

АНАЛІЗ СПІВВІДНОШЕННЯ ТЕМПІВ ЗРОСТАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ТА ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

**Пуцько Є.В., студент ОКР «Магістр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Основним джерелом доходів найманих працівників є і надалі залишатиметься заробітна плата. Нині саме заробітній платі належить переважаюче значення в мотиваційному механізмі. Заробітну плату як економічну категорію відносять до числа найскладніших. Заробітна плата виступає особистим доходом працівника в грошовому еквіваленті відповідно кількості та якості витраченої праці і результатів роботи підприємства. На нашу думку, вона є основним доходом людини. Але деякі автори іншого погляду і головним вважають «компенсаційний пакет», інші розглядають, що тільки ринкова ціна формує заробітну плату. Саме з цієї причини відсутнє єдине розуміння суті заробітної плати.

Актуальність даної статті полягає в тому, що із відомих на сьогоднішній день факторів виробництва однією із складових витрат є праця. Праця, як здатність людини до виробництва, яка найбільш впливає на ефективність виробництва в залежності від рівня кваліфікації й майстерності робітників, від організації праці на підприємстві, стимулювання робітників до ефективної праці. Таким чином, ефективність праці буде впливати на обсяг і темпи збільшення виробленої продукції, використання матеріально-технічних засобів. Головним показником ефективності використання праці виступає показник продуктивності праці.

В ринкових умовах заробітна плата трактується двояко – вона одночасно виступає як дохід і як витрати виробництва. З одного боку, заробітна плата є доходом найманого працівника, а з іншого – одним із елементів витрат виробництва. Найманий працівник зацікавлений у високій заробітній платі, а роботодавець – у її зниженні. Ця суперечність вирішується в результаті взаємодії попиту та пропозиції на працю, найчастіше не враховуючи її продуктивність.

Як пише А.Ревенко, поштовхом до поновлення уваги до продуктивності праці став виступ Голови НБУ Володимира Стельмаха на нараді у Кабінеті Міністрів України, де він звернув увагу й обґрунтував необхідність поновлення та впровадження у практику макроекономічного аналізу та прогнозування показників суспільної продуктивності праці [1]. Тому, в останні роки ця проблема розглядається в роботах як іноземних, так і вітчизняних вчених: О.Богачев, І.Верховода, П.Ігнатовського, Є.Лутохіної, О.Кіях, О.Ощепкова, А.Ревенко, О.Сергієнко та ін.

Продуктивність праці є рухливим і динамічним показником результативності праці та ефективності виробництва, який коригується низкою факторів, має визначальне значення в розвитку окремого підприємства в країні в цілому. Особливе це значення має для країн з низьким рівнем доходів і дешевої робочої сили. Для того, щоб підвищити ціну робочої сили, треба значно підвищити продуктивність праці, яка зараз в 3-5 разів нижче за її рівень в країнах з розвинутою економікою.

Продуктивність праці характеризує виробництво продукції за одиницю часу, або витрати часу на одиницю виробництва продукції, тобто її трудомісткість. До виміру показників продуктивності праці використовують різні для різних рівнів економіки, тому в деяких випадках вони не можуть бути порівняними. На сучасному етапі ринкових відносин, коли діяльність підприємств є комерційною таємною, отримати достовірну інформацію важко. Тому наша пропозиція розрахунок продуктивності праці за допомогою чистого доходу форми 2 фінансової звітності «Звіт про фінансові результати», а також порівнювати темпи росту заробітної плати з темпами росту чистого доходу.

Резервами зростання продуктивності праці є використання можливостей економії затрат праці, які виникають внаслідок дій тих чи інших факторів. Значну роль відіграє науково-технічний прогрес, за допомогою якого скорочуються витрати праці на одиницю продукції. Суттєвий вплив має наукова організація процесу виробництва. Вона дає змогу знаходити найдосконаліше управління виробництвом, раціональні прийоми виконання операцій без додаткових значних коштів.

Підвищення продуктивності праці залежить і від соціально-економічних показників, які пов'язані із кваліфікацією і освітою виконавців, рівнем відносин власності на підприємстві, умовами праці, застосуванням оптимальних режимів праці і відпочинку, психологічним кліматом у колективі, його згуртованістю і внутрішньо колективними стосунками, поліпшення умов праці, підвищення творчої активності працівників.

Стимулом підвищення продуктивності праці також є удосконалення форм систем оплати праці, відтворення робочої сили та розв'язання соціальних проблем суспільства. Підвищення продуктивності праці створює умови для зростання заробітної плати, і навпаки, збільшення заробітної плати стимулює її продуктивність [2].

Вирішення проблеми підвищення рівня заробітної плати пов'язане з підвищенням продуктивності праці на основі більш повного й ефективного використання виробничих ресурсів, зі зміною ситуації на ринку товарів і послуг та на ринку праці в напрямку посилення попиту і поліпшення якісних характеристик пропозиції.

На сьогоднішній день в Україні існує негативна тенденція у співвідношенні заробітної плати і продуктивності праці. Ця проблема полягає в перевищенні темпів зростання заробітної плати над темпами росту продуктивності праці, що неминуче призводить до скорочення прибутку.

Для того, щоб вийти з цієї ситуації, підприємствам необхідно планувати залежність росту заробітної плати від рівня росту продуктивністю праці, але з урахуванням зростання мінімальної заробітної плати, яка регулюється державою. Для нормального

функціонування економіки країни продуктивність праці повинна перевищувати ріст заробітної плати хоча б на 10 % [3, С. 56].

Разом з тим, аналіз росту продуктивності праці і заробітної плати на підприємствах харчової промисловості Одеського регіону висвітлив тенденції значного випередження темпів росту заробітної плати над продуктивністю праці. Цей коефіцієнт складає від 0,65 до 1,05 хлібопекарної, м'ясопереробної і масложирової промисловості. Темпи росту заробітної плати випереджають темпи росту виробництва продукції, коефіцієнт випередження складає від 1,03 до 1,23. Такий підхід до формування заробітної плати не відповідає теорії розширеного відтворення виробництва і не забезпечує достатній розвиток економіки країни. Тому перехід до інноваційного розвитку економіки необхідно обов'язкове планувати випередження темпів зростання продуктивності праці над темпами зростання заробітної плати.

Таким чином, можна стверджувати, що за рахунок дешевої робочої сили підприємства для зменшення плинності персоналу підвищують заробітну плату без збільшення обсягу виробництва і враховуючи зростання мінімальної заробітної плати на рівні держави. Тому при незначному зростанні продуктивності праці заробітна плата зростає більшими темпами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ощепков О.П.

Література

1. Ревенко А. Продуктивність праці в сучасних умовах/Ревенко А.//Україна аспекти праці. – 2001. – №2. – С. 5-7.
2. Електроний ресурс – режим доступу <http://uk.wikipedia.org/wiki/Продуктивність>.
3. Игнатовский П. Производительность труда – двигатель развития/ Игнатовский П. // Экономист. – 2004. – № 7. – С. 12-14.

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМНИХ ЗАХОДІВ ПІДПРИЄМСТВ – ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ КОНЦЕНТРАТІВ

**Рубан М.Л., студентка II курсу ОКР «Бакалавр» факультету ФМЕ
Одеський національний економічний університет, м. Одеса**

В сучасних умовах боротьба за споживача стає більш витонченою. Конкуренція між виробниками, зростання технічних можливостей, підвищення обізнаності у питаннях харчування, здорового способу життя та інші чинники вплинули на формування культури споживання. Все це призвело до такої ситуації, коли вибір і можливості споживача підвищились настільки, що вони припинили погоджуватися на все, що пропонують виробники, а почали вимагати задоволення своїх потреб. Новизна й удосконаленість ідей для споживача стає дедалі все важливіше, ніж ціна продукту. Тому на сучасному ринку перемагає той, хто поряд з принципово новим товаром пропонує більш удосконалені послуги, форми та методу збуту.

Така конкуренція актуальна і для ринку харчових концентратів, оскільки достатня кількість його учасників намагається зайняти як найбільшу частку цього ринку продуктів широкого вжитку і масового споживання. Розглянемо деякі рекламні стратегії виробників харчоконцентратів.

Реклама сприяє реалізації товару, керує попитом і для цього розповсюджується по різним каналам: на телебаченні, по радіо, в кіно, в пресі, на транспорті (на бортах

автобусів, тролейбусів, трамваїв), на місцях продажу товару (вітрини магазинів, вивіски в торгівельних залах, приваблива упаковка). Також використовується зовнішня реклама (щити на вулицях) та забезпечення потенційних споживачів власними друкованими рекламними виданнями, календарями, блокнотами, значками, сумками тощо. Крім того, періодично в торгівельних мережах, в журналах та по телебаченню потужні виробники проводять рекламні акції з врученням подарунків їх учасникам.

Так, для просування на ринок компанія «Вінсан» свого часу використала активний промоушн. Зокрема, промо-акції «Збери та виграй» з подарунками в супермаркетах міст Київ, Харків, Чернігів та інших проводились протягом 2006-2013 рр. В 2009-2013 р.р. компанія «Техноком» проводила акцію «Заощаджуй та заробляй разом із «Мівіною» зі врученням призів переможцям у сумі 10000 грн. Акція «Сезон подарунків від «Мівіни» проводили під гаслом «Мівіна дякує Вас за 15-річну довіру».

Необхідно відмітити, що масштабні рекламні кампанії проводились усіма великими виробниками у 2005-2013 рр. Основою різних рекламних кампаній є одне звернення: виробники випускають на ринок «швидкі» продукти, тобто забезпечують економію часу, які за своїми смаковими властивостями не поступаються домашнім стравам. Частина виробників слово «Домашній», «Домашня», «Як дома», «Подомашньому» зробили частиною бренду або рекламного слогану. В основі ствердження «На роботі, як вдома» лежить ідея про матчину домашню їжу (рідну, знайому) та затишну атмосферу, про кухню із занавісками на вікні, із чашками в горошок, в яку можна повернутися завдяки продукту, навіть будучи на роботі.

«Спритний кухар» чекає Вас в потрібний час»; «Мівіна – завжди поруч»; «На природі – у пригоді»; «Де б ви не були, що б ви не робили, ви відчуєте себе як вдома!» – такі заклики розкривають універсальні властивості харчових концентратів як продуктів на всі випадки життя, що є знахідкою для сучасних людей не тільки на роботі, але і дома, і на природі.

Назва ТМ «Тьотя Соня» викликає асоціації з колоритною одеською домогосподаркою, яка весь час готує смачну й корисну їжу для задоволення смаків великої родини. «Їжа, що приносить радість», - стверджує вона.

Рекламні слогани виробників харчових концентратів містять інформацію:

- виготовлені із використанням натуральних овочів, спецій, прянощів;
- супи нашої торгової марки задовольняють самий примхливий смак, але приготувати їх може навіть новачок у кулінарії;
- наші споживачі можуть належно оцінити високу якість, зручність приготування та звичний смак домашніх страв.

Будь-яка реклама здійснює психологічний вплив на людину. Але тільки якісна впливає на свідомість й підсвідомість споживачів цілеспрямовано. В цьому головний секрет її ефективності.

Важливий психологічний вплив на споживача чинить кольорова гама: сполучення кольору букв і фону. Його емоційне сприйняття можна класифікувати за ознаками «сумний – радісний». «агресивний – неагресивний». До «радісних», а тому і таких, що запам'ятовуються споживачеві, можна віднести наступні кольорові поєднання:

- білий на зеленому;
- зелений на жовтому;
- жовтий на зеленому;
- жовтий на білому.

Тому більшість виробників харчових концентратів використовують саме ці кольори на упаковці своїх продуктів. Наприклад, продукція ТМ «Тьотя Соня» упакована в етикетку блідо-зеленого кольору, на якій яскраво-зеленим, жовтим, помаранчевим кольором нанесена інформація щодо виду продукту та зображена тарілка з апетитним супом.

В рекламному просторі України найбільш активну позицію займає лише бренд «Мівіна», який зустрічається на телеканалах, друкованих полосах газет і журналів, у транспорті та зовнішній рекламі. На просторі магазинних полиць лідеру найчастіше складала конкуренцію бренди «Спритний кухар», «Тьотя Соня», «Торчин. Гаряча кружка».

Науковий керівник – доцент Кундиловська Т.А

Література

1. Бачурская Л.Д., Гуляев В.М. Харчові концентрати. – М.: Харчова промисловість, 2006. – 362 с.
2. Корж М.В. Маркетинг. Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
3. Голубков Є.П. Маркетинг: стратегії, плани, структури: підручник/Є.П. Голубков. - М.: Справа, 2004. – 240 с.
4. Глазунов В.В. Торгова реклама. – М.: Економіка, 1999. – 336 с.

АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ФОРМИ №2 «ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ», ЯКІ ВИКЛИКАНІ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ ФОРМ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

**Стаднік Г.В., студент ОКР «Магістр» факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Однією з важливих частин бухгалтерського обліку, яка потребує особливої уваги, є облік фінансових результатів діяльності підприємств та їх відображення у звітності. Від фінансових результатів, їх правильного обліку, контролю, аналізу залежить фінансово-майновий стан та ефективність діяльності підприємства.

Так до прийняття МФУ 07.02.2013 р. діяло П(С)БО 3, у якому виділялися такі видами діяльності: звичайна, основна, операційна, фінансова, інвестиційна, від надзвичайних подій, інша діяльність. 19 березня 2013 року набрав чинності наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73, зареєстрований у Мін'юсті 28.02.2013 р. за №336/22868. Ним затверджено Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Зокрема наказом затверджено нову форму фінансової звітності: Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупні доходи). Разом з тим згідно до наказу втратив чинність наказ Мінфіну від 31.03.99 р. № 87, яким були затверджені такі Положення (стандарти) бухгалтерського обліку: 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», 2 «Баланс», 3 «Звіт про фінансові результати», 4 «Звіт про рух грошових коштів», 5 «Звіт про власний капітал». Таким чином відбулася трансформація видів діяльності підприємства, а саме виділяють: операційну діяльність, фінансову та інвестиційну.

Для аналізу фінансових результатів діяльності використовувалася форма № 2, порядок заповнення якої регламентувався П(С)БО № 3 «Звіт про фінансові результати»,

таким чином з прийняттям НП(С)БО №1 змінилася форма форми № 2 і у свою чергу змінився аналіз фінансових результатів [1].

Нова форма фінансової звітності почала діяти з першого кварталу 2013 року. Тому проводити аналіз фінансових результатів діяльності можна тільки за формами 2013-2014 рр., оскільки порівнювати стару та нову форму було б не раціонально. У Звіті про фінансові результати наводяться доходи і витрати, які відповідають критеріям, визначеним у національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку. Порівнюючи форму нового звіту про фінансові результати з чинною формою № 2, слід відмітити збільшення її обсягу – з трьох розділів до чотирьох. Нова Форма № 2 складається із таких розділів: 1. Фінансові результати (розділ змінено). 2. Сукупний дохід (новий розділ). 3. Елементи операційних витрат (без змін). 4. Розрахунок показників прибутковості акцій (без змін). Таким чином в новій формі 2 зникають рядки: Податок на додану вартість, Акцизний збір, Інші вирахування з доходу, Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Валовий прибуток визначається, як різниця між: Чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та Собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Фінансовий результат від операційної діяльності: Валовий (прибуток, збиток) + Інші операційні доходи - Адміністративні витрати - Витрати на збут – Інші операційні витрати. Також з'являється нові рядки: Витрати (дохід) з податку на прибуток, Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування. Натомість зникають рядки: Фінансові результати від звичайної діяльності та Надзвичайні: (доходи, витрати).

«Сукупний дохід». Визначення наведене у п. 3 розділу I наказу Мінфіну від 07.02.2013 р. № 73: «сукупний дохід – зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій з власниками)». Як зазначено у п. 3.26 Методичних рекомендацій № 433, у розділі II Звіту про фінансові результати наводиться інформація про інший сукупний дохід та розраховується сукупний дохід підприємства, отриманий у звітному періоді [3].

У статті «Дооцінка (уцінка) необоротних активів» наводиться сума дооцінки об'єктів основних засобів та нематеріальних активів, зменшена на суму уцінки таких об'єктів протягом звітного періоду в межах сум раніше проведених дооцінок, віднесення сум дооцінки до нерозподіленого прибутку (непокритого збитку).

У статті «Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів» наводиться сума зміни балансової вартості об'єктів хеджування у порядку, визначеному П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», затвердженим наказом Мінфіну від 30.11.2001 р. № 559.

У статті «Накопичені курсові різниці» наводиться сума курсових різниць, які відповідно до П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів», затвердженого наказом Мінфіну від 10.08.2000 р. № 193, відображаються у складі власного капіталу та визнаються в іншому сукупному доході.

У статті «Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств» наводиться частка іншого сукупного доходу асоційованих, дочірніх або спільних підприємств, облік фінансових інвестицій у які ведеться за методом участі в капіталі.

У статті «Інший сукупний дохід» наводиться сума іншого сукупного доходу, для відображення якого за ознаками істотності не можна було виділити окрему статтю, або який не може бути включений до інших статей, наведених у цьому розділі.

Інший сукупний дохід до оподаткування визначається як алгебраїчна сума дооцінки (уцінки) необоротних активів, дооцінки (уцінки) фінансових інструментів, накопичених курсових різниць, частки іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств та іншого сукупного доходу.

У статті «Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом» наводиться сума податку на прибуток, що пов'язаний з іншим сукупним доходом.

У статті «Інший сукупний дохід після оподаткування» наводиться сума іншого сукупного доходу після вирахування податку на прибуток.

Сукупний дохід обчислюється як алгебраїчна сума чистого фінансового результату за звітний період та іншого сукупного доходу після оподаткування.

Порядок заповнення форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупні доходи)» докладно визначено у розділі III «Зміст статей Звіту про фінансові результати» Методичних рекомендацій, затверджених наказом Мініфіну від 28.03.2013 р. № 433 [3].

Отже, зміни та удосконалення обліку доходів, що формують фінансові результати діяльності підприємства, допомагає покращувати роботу підприємства, сприяє раціональному використанню матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, що забезпечує отримання прибутку та покращення фінансового стану підприємства. Таким чином відповідно до прийнятих змін і змінився порядок проведення аналізу фінансових результатів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Ступницька Т.М.

Література

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28 лютого 2013 р. за № 336/22868, зі змінами та доповненнями від 18.03.2014 року;
2. Положення (стандарт) Бухгалтерського обліку 15 «Дохід» зареєстровано в Міністерстві юстиції України 14 грудня 1999 року за № 860/4153, зі змінами та доповненнями 27.06.2013 року;
3. Методичні рекомендації «Зміст статей Звіту про фінансові результати» наказ Мініфіну від 28.03.2013 р. №433.
4. Шершун І. М. Аналіз фінансових результатів: [посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І. М. Шершун, І. В. Лазаришина. – В. : Вінниц. Економіч. Універ., 2008. – 141с.

ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ДРІЖДЖІВ

**Сторчунова І.С., студентка ОКР «Бакалавр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Логістика на підприємствах з виробництва дріжджів поки що відноситься до недостатньо розроблених напрямків науково-практичної діяльності, яка відрізняється надзвичайно високою динамікою розвитку в ХХІ ст. – як у світі, так і, останнім часом, в Україні.

Логістика – це процес управління достатнім та ефективним (з погляду витрат та часу перебігу) потоком сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової про-

дукції, послуг, фінансів та супроводжувальної інформації від місця виникнення цього потоку до місця його споживання (включаючи приймання, відправлення, внутрішнє й зовнішнє переміщення) з метою повного задоволення потреб споживачів [1, С. 38].

Так, за зарубіжними даними, застосування науково обґрунтованих методів логістики дозволяє знизити рівень витрат на 20 %, товарні запаси – на (30-70) %, скоротити час звернення товарів на (20-50) %. Очевидно, що за умови використання принципів логістики, міг би бути отриманий великий економічний ефект для дріжджового виробництва. Проте по ряду об'єктивних і суб'єктивних причин принципи і методи логістики використовуються у нас недостатньо. Накопичені за останні десятиріччя проблеми підприємств виробництва дріжджів вимагають системного, комплексного підходу до їхнього розв'язання й повинні ґрунтуватися на відповідній науково-технічній, соціальній та екологічній політиці держави.

Дріжджі у хлібопекарській галузі – це один з найважливіших складників, без них неможливо приготувати хліб та велику кількість інших борошняних виробів. Конкуренція, фінансово-економічне середовище, деякі новітні тенденції, експортно-імпорتنі процеси значно вплинули на українських виробників дріжджів. Нині цей ринок зазнав структурних та змістових змін. Підприємствам дедалі важче балансувати на ньому. Це підтверджується й тим, що з понад десятка нині в Україні залишилося тільки 4 виробники дріжджів. Одним з них є підприємство «Одеські дріжджі».

Дріжджі транспортуються всіма видами транспорту в критих транспортних засобах відповідно до правил перевезень швидкопсувних вантажів, що діють на відповідному виді транспорту. Транспортування дріжджів повинно проводитися тільки після попереднього охолодження їх до температури від 0 до + 4 °С. При транспортуванні дріжджів на далекій відстані (більше 200 км) повинні застосовуватися ізотермічні вагони, авторефрижератори з температурою від 0 до + 4 °С. У разі заморожування дріжджів в процесі їх транспортування допускається зберігання дріжджів в замороженому вигляді без зниження температури, що можливо при підтримці температури заморожування в складах сховищах. Перед вживанням такі (заморожені) дріжджі необхідно піддати відтаюванню при температурі від + 4 до + 6 °С. Повторне заморожування і відтавання не рекомендується. Базуючись на специфічних особливостях транспортування дріжджів, можна сказати, що від логістичних дій залежить, наскільки якісний товар прибуде до кінцевого пункту призначення.

Поки перспектива для нових гравців на дріжджовому ринку відкривається не дуже райдушна. Та й діючим підприємствам часом доводиться несолодко. Кілька років тому, коли споживання дріжджів падало, підприємства, щоб не скорочувати обсяги виробництва, були змушені освоювати суміжні види бізнесу, а також налагоджувати експорт продукції. З точки зору логістики найбільш вигідно поставляти дріжджі в сусідні з Україною країни. Але, за словами Андрія Крюкова, зав. виробництва, попит на вітчизняний продукт високий у всій Європі: «У середньому на експорт йде 20 % продукції, виробленої на нашому підприємстві, але в деякі місяці цей показник досягає 50 %. Експортуємо дріжджі в Бельгію, Голландію, Чехію, Польщу, Росію, Молдову» [2].

Для того, щоб підприємство «Одеські дріжджі» могло завойовувати все більші ринки, і не тільки за кордоном, пропонується розширити асортимент для роздрібною торгівлі. Тобто фасування дріжджів проводити не тільки по 0,5 та 1 кг, а й по 50, 100, 250 г. Якщо запропоноване нововведення буде здійснене, то підприємство зможе конкурувати у цьому сегменті з іншими виробниками – «Харківський дріжджовий завод» та «Львівські дріжджі». Також пропонується розширити виробництво, а саме ввести нову лінію з виробництва сухих дріжджів, так як в них і термін придатності довший, і

умови транспортування не такі суворі, що дозволить скоротити витрати на логістичні послуги.

Саме орієнтація на загальні логістичні витрати всіх учасників системи товаропросування дріжджової продукції надає змогу визначити оптимальну технологію просування продукції, доцільність створення гуртових продовольчих ринків із торгівлі продукцією дріжджового сектора, залучення комерційних і логістичних процесів до збуту продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках (в останньому випадку логістика надає їй можливості для оптимізації процесів зовнішньоекономічної діяльності, оптимізації технології просування матеріального потоку та взаємодії з органами митного контролю).

Таким чином, зараз присутня наявність низки перспективних напрямів розвитку діяльності підприємств з виробництва дріжджів, у яких застосування логістичного підходу за умови його адаптації до особливостей галузі не лише можливе, а й необхідне для «виживання» в умовах сучасного ринку. Тому, науковці повинні розробити відповідні методики оптимізації процесів управління матеріальними потоками в межах підприємств з виробництва дріжджів, що вкрай важливо на рівні їх взаємодії з партнерами з інтегрованих логістичних ланцюгів просування дріжджової продукції у сферу споживання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, асистент Дроздова В.А.

Література

1. Косарева Т.В. Аграрна логістика: сутність та багатоаспектність / Т.В. Косарева // Економіка АПК. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки». – 2008. – № 10. – С. 37-43
2. Аналіз і підвищення ефективності використання енергоносіїв на СП «Одеські дріжджі» [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: <http://gendocs.ru/v23356/?cc=3> – Загол. з екрану.

ОЦІНКА ПІДХОДІВ ЩОДО СУТНОСТІ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI

**Томашевський С.А., студент ІV курсу факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Вивчення сутності, класифікації та аналізу методики дебіторської заборгованості є досить актуальною темою на сучасному етапі існування будь-якого підприємства та впливає на стан економіки країни в цілому, що підтверджується станом та динамікою дебіторської заборгованості підприємства і є негативним явищем, так як суттєво впливає на його фінансовий стан, внаслідок відволікання грошових коштів з обороту. Тому дебіторська заборгованість є дуже важливим елементом оборотних активів, що впливає на ефективне функціонування підприємства.

Питаннями визначення сутності, класифікації та економічного аналізу дебіторської заборгованості на підприємстві, займалися такі вчені як: Бабіч В.В., Білик М.Д., Власюк Н.І., Голов С.Ф., Єфименко В.І., Крамаренко Г.О., Невмержицька Н.Ю., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Сагова С.В., Слав'юк Р.А., Тарасенко Н.В., Цал-Цалко Ю.С., та ін., але дискусійними та потребують подальшого дослідження.

Трактування сутності дебіторської заборгованості науковцями, розглядається відповідно до поставлених цілей, з різних сторін: фінансового аналізу, фінансового облі-

ку, фінансового менеджменту, бухгалтерського обліку, економічного аналізу, управлінського обліку тощо (табл. 1).

Таблиця 1 – Визначення сутності дебіторської заборгованості

Автор, джерело	Визначення
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», [1]; Бабіч В.В., Сагова С.В., [4, С. 94]; Лишиленко О.В, [5, С. 430]; Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю., [6, С. 169]	Сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату
Інструкція з обліку коштів, розрахунків та інших активів бюджетних установ, [2]	Фінансовий актив установи, що виникає унаслідок договірних відносин між двома юридичними особами, серед яких одна, що є власником активу, після настання відповідних умов угоди має право на отримання платежів, товарів, робіт та послуг
Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України, [3]	Сума вимог банку до юридичних і фізичних осіб на певну дату щодо отримання активів, послуг тощо
Слав'юк Р.А., [7, С. 296]	Являє собою грошові кошти, які покупці винні за відвантажену продукцію
Голов С. Ф., Єфіменко В. І. [8, С. 66]	Заборгованість інших підприємств та осіб нашому підприємству
Тарасенко Н.В., [9, С. 200]	Відволікання оборотних коштів з діяльності підприємства (заборгованість підприємств, організацій, осіб даному підприємству). Це як безвідсоткова позичка покупцям, своєрідний спосіб інвестування оборотного капіталу
Цал – Цалко Ю.С., [10, С. 198]	Сума заборгованості підприємству, якщо існує ймовірність отримання майбутніх економічних вигід та може бути достовірною визначена її сума
Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Курпіна Н.М., [11, С. 192]	Заборгованість юридичних та фізичних осіб підприємству на певну дату
Власюк Н.І., [12, С. 212]	Заборгованість підприємств, організацій, осіб даному підприємству
Крамаренко Г.О., [13, С. 252]	У процесі виконання зобов'язань є природним, об'єктивним процесом фінансово-господарської діяльності підприємства

Аналіз публікацій науковців, щодо визначення сутності дебіторської заборгованості показав, що більшість авторів посилаються на Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», але всі дослідники підтвердили, що це заборгованість підприємства та відволікання грошових коштів з діяльності підприємства. З метою проведення якісного аналізу дебіторської заборгованості та управління

нею, необхідно визначити ознаки її класифікації та методику проведення економічного аналізу, що є подальшим напрямом дослідження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Купріна Н.М.

Література

1. Інструкція з обліку коштів, розрахунків та інших активів бюджетних установ затверджена наказом Державного казначейства України 26.12.2003 №/ – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0106-04>
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України затверджена постановою Правління Національного банку України 17.06.2004 №280 / – [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0919-04>
3. Фінансовий аналіз/ [М.Д. Білик, О.В. Павловські, Н.М. Притуляк та ін.]; КНЕУ. – Київ.: КНЕУ, 2009. – 592 с.
4. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: навч. посібник / Р.А. Слав'юк. – Луцьк: Ред.-вид. відд. «Вежа» Волин, держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2001. – [Вид. 2-ге, доповн. і переробл]. – 456 с.
5. Голов С. Ф. Фінансовий та управлінський облік: підручник / С.Ф. Голов, В.І, Єфіменко. – К.: Тов. "Автоінтерсервіс", 1996. – 544 с.
6. Тарасенко Н.В, Фінансовий аналіз: навчальний посібник / Н.В. Тарасенко. – Львів: «Новий Світ-2000», 2009. – 444 с.
7. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підручник / Ю.С. Цал-Цалко. – Київ: ЦУЛ, 2008. – 566 с.
8. Антонюк О.П. Економічний аналіз (практикум): навчальний посібник / О.П. Антонюк, Т.М. Ступницька, Н.М. Купріна. – Львів: «Магнолія 2006», 2012. – [2-ге видання, виправлене і доповнене] – 326 с.
9. Власик Н.І. Фінансовий аналіз: навчальний посібник/ Н.І. Власик. – Львів: «Магнолія 2006», 2010. – 328 с.
10. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз: підручник / Г.О. Крамаренко. – К.:ЦУЛ, 2008. – 392 с.

ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ І ІНВЕСТИЦІЇ

Тюхтій Л.М., студентка ІV курсу факультету ЕБіК
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Ринкова економіка являє собою сукупність різних ринків. Одним з них є фінансовий ринок. Фінансовий ринок – це ринок, який опосередковує розподіл грошових коштів між учасниками економічних відносин. Головним чином на фінансовому ринку зосереджуються кошти для розвитку сфери виробництва і послуг.

Одним із сегментів фінансового ринку виступає ринок цінних паперів (РЦП), або фондовий ринок. РЦП – це ринок, який опосередковує кредитні відносини і відносини співволодіння за допомогою цінних паперів.

Призначення РЦП як складової фінансового ринку визначається його функціями, до яких відносяться: інвестиційна, інформаційна, регулююча, спекулятивна та інші. Найбільш важливою та ефективною є інвестиційна функція РЦП, під якою розуміють накопичення заощаджень у різних економічних суб'єктів і їх перерозподіл у вигляді інвестицій в найбільш ефективні сфери економіки. Саме для цього і з'явилися цінні папери.

У складі РЦП виділяють грошовий ринок і ринок капіталу. Грошовий ринок – це ринок, на якому обертаються короткострокові цінні папери. Тимчасовим періодом зазвичай вважається один рік. Грошовий ринок служить для забезпечення потреб господарюючих суб'єктів у короткостроковому фінансуванні.

Ринок капіталу – це ринок, на якому обертаються безстрокові цінні папери або папери, до погашення яких залишається більше року (акції, облігації). Цей капітал служить для забезпечення потреб господарюючих суб'єктів у довготерміновому фінансуванні.

За організаційною структурою РЦП ділять на первинний і вторинний ринки.

Первинний ринок – це ринок, на якому відбувається первинне розміщення цінних паперів нових емісій. При цьому отримані емітентом грошові кошти ідуть у реальний сектор. На вторинному ринку, де відбуваються операції з перепродажу ЦП, гроші у реальний сектор не поступають.

У структурі фондового ринку також виділяють біржовий і позабіржовий ринки. Біржовий ринок представлений обігом цінних паперів на біржах. Позабіржовий ринок охоплює обіг паперів поза бірж.

В останні роки фондовий ринок перетворився в найважливіший сегмент фінансового ринку. За оцінками аналітиків, починаючи з 2000 р., об'єм світового ринку ЦП щорічно значно перевищував світовий ВВП.

Аналогічна ситуація склалася і в Україні, табл. 1. Починаючи з 2009 р., обсяги торгів на фондовому ринку перевищували ВВП, причому в останні роки це перевищення становило майже 65 % і 80 %.

Таблиця 1 – ВВП і обсяги торгів на ФР України у 2007 – 2012 рр., млрд грн

Показники	Роки					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ВВП	720,73	948,06	913,35	1082,57	1316,6	1408,89
Обсяг торгів на ФР	754,31	883,39	1067,26	1537,79	2171,1	2530,87

Але це не свідчить, що інвестиції поповняли реальний сектор. За даними Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку (НКЦПФР), залучені інвестиції в економіку України через інструменти фондового ринку становили (8–12) %, рис.1, з них більше 30 % направлялося у фінансовий сектор, у промисловість і сільське господарство – лише (5–10) %.

Отже, збільшення торгів на фондовому ринку спричинено активністю вторинного ринку, торги мають спекулятивний характер.

Перед українським фондовим ринком постає ряд проблем, ефективне рішення яких стане поштовхом його подальшого розвитку:

— ФР України активно розвивається, але довгострокові інвестиції є відносно обмеженими;

— торги на ринку мають переважно спекулятивний характер;

— інвестиції направляються найбільше у фінансовий сектор, торгівлю;

— необхідно посилити захист інтересів інвесторів;

— потрібно покращити інформаційну базу ринку, зробити її більш прозорою;

— для збільшення інвестицій в реальний сектор необхідні прямі інвестиції, у тому числі іноземні. Їх обсяг за останні роки зростав дуже повільно. Необхідно підвищувати інвестиційну привабливість країни, привабливість окремих підприємств.

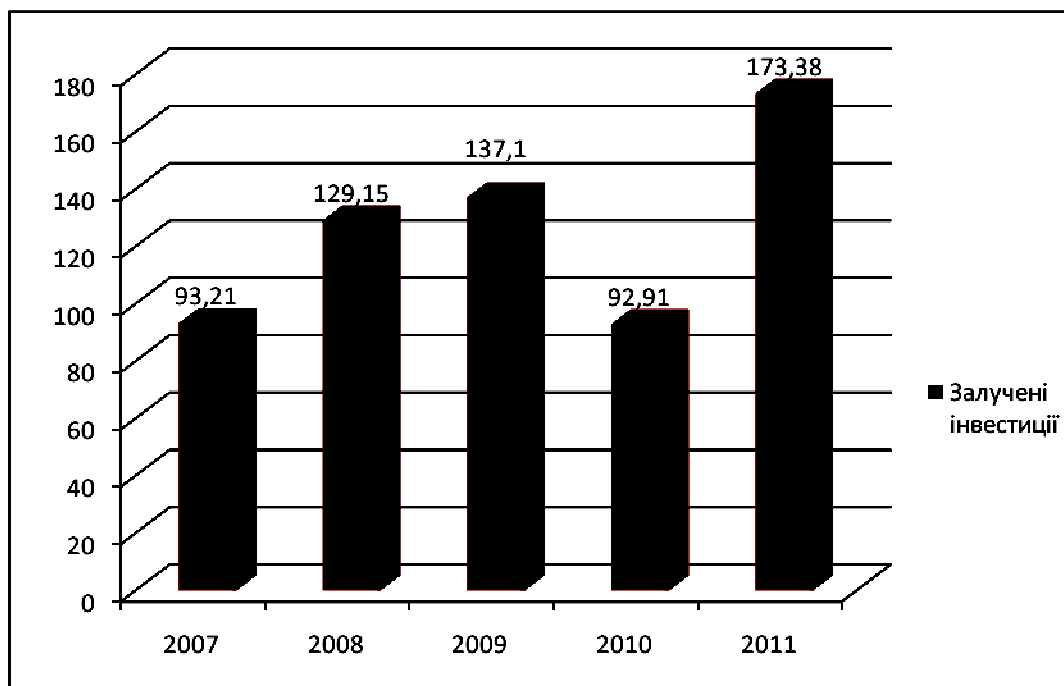


Рис. 1 – Залучені інвестиції в економіку України через інструменти ФР у 2007-2011 рр., млрд грн

Науковий керівник – канд. техн. наук, доцент Лобоцька Л.Л.

Література

1. Мендрул О. Фондовий ринок: операції з цінними паперами: Навчальний посібник/ Олександр Мендрул, Ірина Павленко, М-во освіти України, КНЕУ. –2-е вид., доп. та перероб. – К.: КНЕУ, 2000. – 156 с.
2. Офіційний сайт НКЦПФР [Електронний ресурс].Режим доступу: <http://nssmc.gov.ua>.

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**Фоменко М.В., студент ОКР «Магістр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Основним фундаментальним принципом економічного процвітання будь-якого виробничого підприємства і країни в цілому є постійне здійснення інноваційної діяльності і створення об'єктів промислової власності – основи випуску нової конкурентоздатної продукції, впровадження нової технології, що забезпечують одержання надприбутку.

Інноваційна діяльність підприємства являє собою комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості свого виробництва. В ринковій економіці інноваційна діяльність підприємств – один із найсуттєвіших вагомих чинників, які дозволяють підприємству посідати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами в тій галузі, яка є сферою комерційних інтересів даного підприємства [2, С. 219].

Кінцевим результатом інноваційної діяльності будь-якої організації є виробництво конкурентоспроможної продукції та зміцнення позицій на ринку і свого фінансового стану. За такого підходу вибір кращого варіанта інноваційного проекту передбачає отримання більших результатів із меншими чи однаковими витратами. Отже, загалом економічну ефективність інновацій визначають порівнянням результатів з витратами, що забезпечили цей результат.

Стратегія підприємства є основою формування стратегії інноваційного розвитку, визначає роль, місце, базу і сутність інноваційної діяльності, в той же час інноваційна стратегія поглиблює, уточнює і сприяє реалізації стратегії підприємства.

Інноваційна стратегія – це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки.

Значення вибору стратегії, що дозволяє підприємству виживати в конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі, надзвичайно велике. В умовах твердої конкуренції й швидкозмінності ситуації на ринку дуже важливо не тільки зосереджувати увагу на внутрішньому стані справ підприємства, але й виробляти довгострокову стратегію.

В економічній літературі виділяють шість типів інноваційних стратегій підприємства: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна, стратегія «ніші».

Наступальна стратегія пов'язана з прагненням підприємства досягти технічного й ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових товарів та послуг. Така стратегія передбачає постійну орієнтацію підприємства на світові досягнення науки й техніки, наявність наукових розробок, що фінансуються та здійснюються самим підприємством, швидке реагування та пристосування до нових технологічних можливостей.

Захисна стратегія спрямована на утримання конкурентної позиції підприємства на існуючих ринках. Даної стратегії дотримується більшість підприємств, які уникають надмірного ризику. Вони прагнуть рухатися на крок позаду від «новаторів» та впроваджують інновації, лише заздалегідь впевнившись у їх перспективності.

Імітаційна стратегія використовується підприємствами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших нововведень, але долучилися до їх виробництва, придбавши у фірми-піонера ліцензію. Деколи імітація може відбуватися й без дозволу фірм-лідерів, тобто піратським способом.

Залежна стратегія будується на тому, що характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики інших компаній, які виступають як основні у коопераційних технологічних зв'язках. «Залежне» підприємство не робить самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки воно тісно пов'язано з вимогами, що висуває до неї провідне підприємство.

Стратегія «ніші» є реакцією на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає у пошуку інформації щодо можливостей знаходження особливих ніш на існуючих ринках товарів та послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб [1, С. 154].

Традиційна стратегія передбачає вдосконалення форм обслуговування існуючої продукції, тому їй також притаманні риси інноваційної поведінки. Виробництво товарів стає традиційним внаслідок закріплення за ним певних інноваційних форм на тривалий період його «життєвого циклу». Тому, якщо підприємство на підставі ретельного аналізу ринкової ситуації та стану конкурентів цілком впевнено у сталості ринку та споживчих перевагах своєї продукції, воно може свідомо дотримуватися традиційної стратегії.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції підприємства змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх товарів та послуг, а отже і впроваджувати інновації. Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, необхідно

враховувати те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку підприємства, бути прийнятною для нього за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття нововведень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Агєєва І.М.

Література

1. Стадник Валентина Василівна. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2005. – 464 с. – ISBN 966-580-184-8
2. Стельмашук А.М. Державне регулювання економіки : навчальний посібник. / А.М. Стельмашук – Тернопіль : ТАНГ, 2000. – 315 с. – ISBN 5-7763-2122-0

ЛОГІСТИКА У ВИНОРОБНІЙ ГАЛУЗІ

**Чумак Р.І., студент ОКР «Магістр» факультету ММіЛ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Використання логістичної концепції для підвищення конкурентоспроможності підприємства призводить до оптимізації товарних запасів і підвищенню рівня сервісу. Будь-який матеріальний продукт повинен бути доставлений до місця його подальшого використання. Транспортування матеріальних потоків – один з елементів логістики, так як саме він безпосередньо здійснює їх фізичне переміщення. Вузловими пунктами цієї системи є різні склади. Тому оптимізація транспортної та складської логістики є основою для підвищення прибутку підприємства і зменшення витрат [1].

Використання логістичної концепції є важливим елементом для всіх галузей промисловості, у тому числі для виноробної. Сьогодні виноробство знаходиться у скрутному положенні, у 2013 році виготовили тільки 79,3 % обсягу виноробної продукції 2012 року. Загалом за цей період українські винороби виробили 13509,6 тис. дал вина, тоді як в 2012 році ця цифра становила 17043 тис. дал. Ринок «просів» на 26,2 %. Основні проблеми на даний момент – низька купівельна спроможність споживачів, поява нових конкурентів, які реалізують дуже дешеву продукцію низької якості [2].

Через складну політичну ситуацію в країні багато заводів понесли ще більші збитки. Вони втратили власних постачальників, особливо відчутна неможливість використання сировини такого «виноградного краю» як АР Крим. Тому, для вітчизняних виноробних підприємств є доцільним оптимізація закупівельної логістики, особливо роботи з постачальниками такої сировини як виноград, бо останнім часом є тенденція зменшення його виробництва підприємствами та збільшення виробництва у окремих господарствах. Така тенденція веде до унеможливлення підтримання належної якості сировини та дотримання сортової чистоти. Проте є такі, що мають власну сировинну базу, серед яких ЧАО «Одесавинпром». Це підприємство має повний цикл виноробного виробництва, тобто, весь технологічний процес від вирощування винограду до розливу готового вина керується єдиною системою управління.

«Вживання» підприємств виноробної галузі залежить на теперішній час від оптимізації витрат та збільшення рентабельності бізнесу на виробництво продукції. Власне тому, актуальним є дослідження впливу логістики на діяльність та конкурентоспроможність підприємства.

Як свідчить зарубіжний досвід, використання концепції логістики з метою підвищення конкурентоспроможності в господарській діяльності сприяє оптимізації товарних запасів, істотному скороченню логістичного циклу, прискоренню процесу отримання інформації, підвищенню рівня сервісу тощо. Для України це відносно новий напрям, широке впровадження якого у вітчизняну економіку дасть можливість для підвищення економічних показників як на макро-, так і на мікрорівні, підвищення конкурентоспроможності підприємств та подальшого ефективного розвитку економіки та бізнесу.

Такі гучні назви не безпідставні, вони виправдані і підтверджені цифровими даними. Так у країнах Західної Європи майже 98 % часу, необхідного для виготовлення виробу з урахуванням доставки сировини та транспортування готової продукції, припадає на матеріально-технічне забезпечення виробничого процесу і головним чином – на створення умов для зберігання. Тому потрібно оптимізувати логістичну діяльність підприємства для підвищення як прибутку, так і конкурентоспроможності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, асистент Дроздова В.А.

Література

1. Миротин Л. Б. Транспортная логистика. – Издательство: «Экзамен». – 2002. – 506 с.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Шульга О.С., студент ОКР «Бакалавр» факультету економіки, бізнесу і контролю
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Бухгалтерський облік грошових коштів має важливе значення для правильної організації грошового обігу розрахунків і кредитування в народному господарстві, в зміцненні платіжної дисципліни, в ефективному використуванні фінансових ресурсів. Від успішності їх вирішення багато в чому залежить платоспроможність підприємства, своєчасність виплати заробітної плати персоналу, розрахунків із постачальниками та підрядниками, платежів до бюджету тощо. Метою бухгалтерського обліку грошових коштів – є контроль за дотриманням касової і розрахункової дисципліни, правильністю і ефективністю використування грошових коштів і кредитів, забезпечення збереження грошової готівки і документів в касі [1]. В умовах ринкової економіки будь-який бухгалтер повинен виходити з принципу, що уміле використування грошових коштів саме по собі може приносити підприємству додатковий дохід.

Грошові кошти підприємства мають зберігатися в касі або на рахунку в банку.

Каса – спеціально обладнане та ізольоване приміщення, призначене для приймання, видачі і тимчасового зберігання готівки, як в національній так і в іноземній валюті, та інших грошових документів.

До грошових документів відносять грошові квитки, поштові марки, путівки тощо.

Уся готівка на підприємствах зберігається, як правило, у вогнетривких металевих шафах, а в окремих випадках – у комбінованих і звичайних металевих шафах, які після закінчення роботи каси замикаються ключем і опечатуються сургучною печаткою касира. Ключі від металевих шаф і печатки зберігаються у касирів, яким забороняється передавати стороннім особам або виготовляти невраховані дублікати.

Перед відкриттям приміщення каси і металевих шаф, касир зобов'язаний оглянути недоторканість замків, дверей, віконних ґрат і печаток, переконатися у справності охоронної сигналізації.

Приміщення каси має бути ізольоване, а двері до каси під час здійснення операцій – замкнені з внутрішнього боку. Доступ до приміщення каси особам, які не мають відношення до її роботи, забороняється.

Для ведення касових операцій наказом керівника призначається матеріально-відповідальна особа – касир. Після видання наказу про призначення касира на роботу, керівник підприємства зобов'язаний під розписку ознайомити його з порядком ведення касових операцій, після чого з касиром укладається договір про його повну матеріальну відповідальність. На великому підприємстві касирів може бути декілька. На малому підприємстві функції касира можуть виконуватися будь-яким працівником, призначеним наказом керівника [2].

Ліміт залишку готівки в касі – гранично допустима сума готівки, яка може зберігатися в касі підприємства на кінець робочого дня. Ліміт каси встановлюється обслуговуючим банком щороку в першій квартал. Сума встановленого ліміту може бути переглянута у разі звернення клієнта і подання ним заявки-розрахунку. У випадку обґрунтованості попередньо встановлений ліміт переглядається. Сума встановленого ліміту залежить від специфіки роботи підприємства, відстані до установи банку, розміру касових оборотів, встановлених строків і порядку здавання касової виручки (надходжень) та графіка заїзду інкасаторів.

При наявності на підприємстві декілька рахунків в різних установах банку, це підприємство визначає основний рахунок, за місцем знаходження якого, банк встановлює ліміт.

Усю готівку понад ліміт підприємства мають здавати у порядку і в строки, встановлені установами банку. До підприємства, що перевищують ліміт, застосовуються фінансові санкції.

Керівництву необхідно постійно думати про раціональне вкладення тимчасово вільних грошових коштів для отримання прибутку (у депозити банків, акції і облигації інших підприємств, інвестиційні фонди тощо).

Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних вчених, потрібно зазначити, що у сучасній науковій літературі недостатню увагу приділено дослідженню питань обліку і аналізу грошових коштів та розрахунків як цілісної системи. Існує необхідність комплексного підходу до розв'язання проблем, пов'язаних з організацією та методикою ведення бухгалтерського обліку і економічного аналізу грошових коштів та розрахунків, зокрема: визначення особливостей взаємозв'язку грошових коштів та розрахунків в господарській діяльності підприємств, удосконалення методики бухгалтерського обліку грошових коштів та розрахунків в частині обліку електронних грошей і побудови відповідних облікових моделей, визначення та оцінка факторів впливу на грошові потоки та розрахунки підприємства і побудова відповідних аналітичних моделей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, ст. викладач Мельник Ю.М.

Література

1. Україна. Закон. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон № 996 – XIV від 16.07.1999 р. зі змінами та доповненнями.
2. Аудит. (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту). / За ред. проф. Немченко В. В., Редько О. Ю., Підручник. – К.: Центр учбової літератури, – 2012. – 540 с.