



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 6'2016

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

СЕРІЯ: "ЕКОНОМІКА"

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328. Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Академією муніципального управління та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою Радою Академії Муніципального Управління (Протокол №35 від 16 червня 2016 року). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 17.06.2016

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



*Суб'єкт
видавничої
справи*

© "Аналітик", 2016

© "Економіка. Фінанси. Право", 2016

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Заступник шеф-редактора:

Даций Олександр Іванович, д.е.н., професор, в.о. ректора Академії муніципального управління, Заслужений працівник освіти України

Члени Редакційної колегії:

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Академії муніципального управління

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Іванюта Василь Фалимонович, д.е.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Академії муніципального управління

Кондрашихін Андрій Борисович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри державних та місцевих фінансів Академії муніципального управління

Корецька Світлана Олександрівна, д.е.н., доцент

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, завідувач секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Національного університету біоресурсів і природо-користування України

Присяжнюк Володимир Костянтинович, д.т.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Академії муніципального управління

Константінов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, учений секретар Вченої ради Національної академії внутрішніх справ

Лоцихін Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, декан юридичного факультету Академії муніципального управління, Заслужений економіст України

Баймуратов Михайло Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Маріупольського державного університету, заслужений діяч науки і техніки України

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, заступник начальника кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри спеціальної техніки та оперативно-розшукового документування Національної академії внутрішніх справ

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач спеціальною кафедрою № 1 Національної академії Служби безпеки України, заслужений юрист України

Джужа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ

Кампо Володимир Михайлович, к.ю.н., доцент, громадський діяч, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, к.ю.н., доцент, доцент кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Кононенко Леонід Минович, к.ю.н., професор, професор кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, перший заступник Керівника Міжвідомчого науково-дослідного центру з проблем боротьби з організованою злочинністю при Раді національної безпеки і оборони України

Литвин Олександр Петрович, к.ю.н., професор, професор кафедри публічно-правових дисциплін Університету сучасних знань

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, завідувач відділу проблем приватного права Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри кримінального права та правосуддя Запорізького національного університету, академік міжнародної кадрової академії, відмінник освіти України, радник юстиції

Приходько Христина Вікторівна, к.ю.н., професор, доцент кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, професор кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Випусковий редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

ЗМІСТ

М.О. АКУЛЮШИНА, Є.О. КОБАЛЬЧИНСЬКА, Д.С. НІКОЛАЄВ. Дослідження перспектив підвищення конкурентоздатності українського ринку зернових культур	4
О.А. КОВАЛИК, А.С. БАЛАН. Консолидация учетно-аналитической информации при составлении налоговой отчетности малыми предприятиями	7
Ю.В. КОВТУНЕНКО, Ю.І. ОРКУШ. Адаптація стратегій промислових підприємств до мінливих умов навколишнього середовища	10
С.А. ЛАЦИНА, Н.С. МАМОНТЕНКО. Розробка організаційно-економічних напрямів підвищення конкурентоспроможності на прикладі виноградарсько- виноробного виробництва	12
А.Р. ПАНКРАТОВА. Анализ преимуществ и недостатков вендинговой торговли в Украине	15
К.М. РАЗУМОВА. Підвищення ефективності діяльності пасажирських залізничних перевезень на основі синергетичного ефекту	18
А.О. ШВИДКА, Т.Б. ГОРОДЕЦЬКА. Прибыль как направление устойчивого развития предприятия	21
В.Б. СМОЛІНСЬКИЙ. Інновації в аграрному секторі: зарубіжний досвід та перспективи використання в Україні	24

КОНСУЛЬТАЦІЇ

Правовий аналіз впливу на аудиторську діяльність постанови Кабміну № 390 від 04 червня 2015 року	27
--	----

АКУЛЮШИНА

Марина Олександрівна
akmarin@ukr.net

КОБАЛЬЧИНСЬКА

Євгенія Олександрівна

НІКОЛАЄВ

Дмитро Сергійович

к.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет, кафедра
менеджментуасистент, Одеський національний
політехнічний університет, кафедра
менеджментустудент, Одеський національний
політехнічний університет,
кафедра менеджменту

УДК 633.1:339.564(477)

ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО
РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУРRESEARCH OF PROSPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN GRAIN
MARKET

Стаття присвячена визначенню перспектив розвитку ринку зернових культур, шляхів підвищення конкурентоздатності галузі в сучасних економічних умовах. Розглянуто динаміка реалізації зерна за останні 12 років, визначені основні проблеми вітчизняного ринку та запропоновані шляхи їх подолання.

Статья посвящена определению перспектив развития рынка зерновых культур, путей повышения конкурентоспособности отрасли в современных экономических условиях. Рассмотрена динамика реализации зерна за последние 12 лет, определены проблемы отечественного рынка и предложены пути их преодоления.

The article is devoted to definition of prospects of grain market by increasing the competitiveness of the industry in the current economic conditions. It was investigated the dynamics of grain sales over the past 12 years and defined the basic problems of the domestic market and the ways to overcome them.

Ключові слова: конкурентоздатність, сільське господарство, врожайність, економіка, зерновиробництво

Ключевые слова: конкурентоспособность, сельское хозяйство, урожайность, экономика, зернопроизводство

Keywords: competitiveness, agriculture, productivity, economy, grain production

ВСТУП

Актуальність обраної теми зумовлена тим фактом, що сільське господарство є однією з визначальних галузей народного господарства України. Саме сільське господарство забезпечує продовольчу безпеку держави і покриває значну долю від'ємного зовнішньоторговельного сальдо. Тому для України дуже важливо зберегти і збільшити конкурентоздатність нашого ринку сільськогосподарських товарів, і продукції зерновиробництва в тому числі.

Проблеми, пов'язані з розвитком зернової галузі України, знайшли широке відображення в аграрній економічній літературі. До найбільш комплексних належать праці В.С. Жигadlo, Г.М. Підлісецького, Р.П. Саблука та інших.

МЕТА РОБОТИ

Метою даної статті є дослідження проблем зерновиробництва і шляхів їхнього вирішення для підвищення конкурентоздатності галузі.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є дослідження науковців по даному питанню, монографії, публікації у періодичних виданнях, ресурси Internet.

При проведенні дослідження застосовано методи аналітичних досліджень, збору інформації, структурно-логічного аналізу, порівняльного аналізу та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Перш за все необхідним є визначення динаміки розвитку сільськогосподарської галузі в країні та її перспектив, зовнішніх можливостей, підтримки державою. Так станом на 1 грудня 2015 р., за даними Міністерства аграрної політики, в Україні намолочено 60 млн. тон зерна. Середня врожайність при цьому становила 4,1 т/га. Саме показник врожайності є одним з ключових у зерновиробництві. Незважаючи на те, що за останні 10-12 років він суттєво виріс (рис.1), відносно середньоєвропейських показників Україна має солідне відставання [1-3].

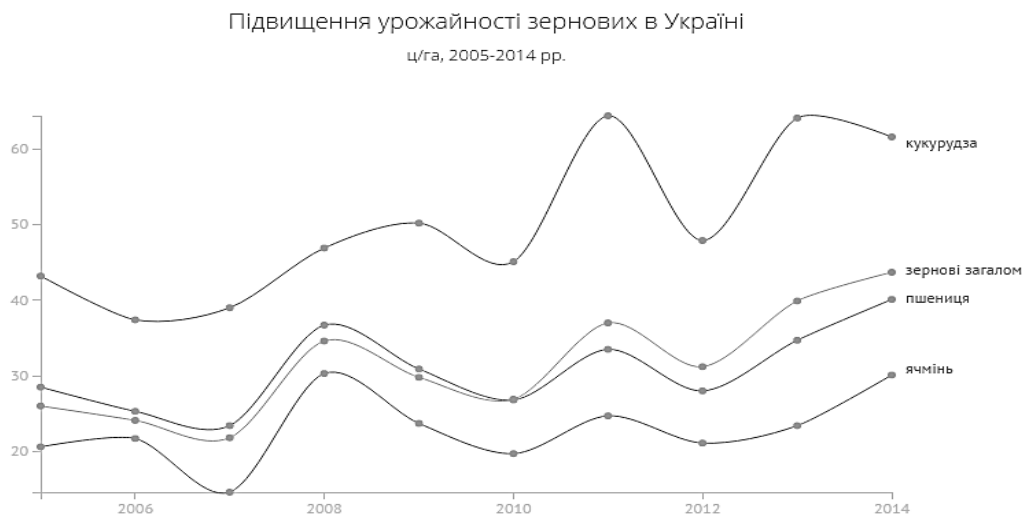


Рис. 1. Показники врожайності пшениці за 2005-2014 рр. в Україні [3]

Так, за маркетинговий сезон 2014-2015 років середня врожайність пшениці по Європейському Союзу (світовий лідер за цим показником) була зафіксована на рівні 61 ц/га. В Україні цей показник склав 39 ц/га. Для країни з таким потенціалом, для країни, яка щороку вирощує зернові культури на території 13-14 млн га, це дуже низький результат. У Франції, прикладом, середня врожайність пшениці – 79 ц/га.

Ще один цікавий факт: якби врожайність кукурудзи в Україні була на рівні США, ми б виробляли в 10 разів більше цієї культури, ніж Німеччина.

Звичайно, ніхто не вимагає від України еталонних показників у кожному напрямку, але таке відставання від світових лідерів із нашим потенціалом є неприпустимим.

Як бачимо, Україна є світовим лідером серед виробників виключно за рахунок великих посівних площ, тобто ми йдемо екстенсивним шляхом розвитку. Якщо нашій країні вдасться досягнути хоча б середньоєвропейських показників врожайності, ми вироблятимемо в півтора рази більше продукції, відповідно, буде більше надходжень до бюджету, буде кращим зовнішньоторговельне сальдо тощо. В чому ж проблема українських виробників?

Щоб сільськогосподарське підприємство працювало і розвивалось, потрібно просто дати йому отримувати прибуток. Потрібно, щоб підприємець мав інтерес до розширеного відтворення своєї діяльності.

Зараз є декілька чинників, які суттєво заважають аграрним підприємцям крокувати вперед:

- девальвація національної валюти (багато сучасної техніки, добрив, сім'ян, постачається із закордону, розрахунки, відповідно, в іноземній валюті);
- зростання цін на енергоресурси (електроенергія та паливо є значними факторами роботи як для виробників продукції, так і для елеваторів, механізованих потоків тощо);
- нестабільність податкової системи (у 2015-2016 роках суттєво збільшилися податкові зобов'язання виробників зерна, ускладнилися схеми

оподаткування та встановлення податкового кредиту);

– відсутність ринку землі та нестабільність законодавства щодо відносин із власниками земельних паїв.

Якщо зростання цін на енергоресурси та девальвація гривні – це загальноєкономічні проблеми, які не можуть бути вирішені «тут і зараз», то з умовами оподаткування та іншими проблемами потрібно розбиратися терміново [4].

Адже все це призводить до того, що дрібні підприємства не можуть працювати із вигодою для себе, вимушені брати кредити, які потім не в змозі повернути, і стають банкрутами або ж спрямовують свою діяльність у тіньовий сектор. Ні для кого не секрет, що й достатньо великі господарства реалізують частину своєї продукції нелегально. Заробітна плата в конвертах – ще один наслідок високих, часто непідійомних для підприємств податків.

Такі процеси ніяк не сприяють підвищенню конкурентоздатності українського ринку зернових. Більше того, занепад сільського господарства у південних регіонах може призвести до того, що цілі адміністративні райони пустуватимуть, адже робити там буде нічого і ніде буде працювати. Регіони стануть депресивними.

Щоб цього не допустити і зберегти свою найбільш конкурентну і привабливу для інвестицій галузь, держава має:

- зменшити податкові навантаження на виробників аграрної продукції. Підвищення податків може збільшити надходження до бюджету у короткочасній перспективі, але не дозволить підприємствам розвиватися, інвесторів не цікавитиме вкладання коштів у сільське господарство;
- відкрити ринок землі, або навести лад у відносинах між підприємствами та господарями паїв. Дрібні фермери дуже страждають від того, що власники паїв щорічно віддають землю в оренду різним фермерам. З одного боку, це породжує конкуренцію, з іншого – невизначеність у майбутньому. Іноземний інвестор точно не

погодиться вкладати гроші у землю, яку завтра в нього можуть забрати;

– створити умови, щоб дрібні та середні господарства самостійно могли вивозити продукцію за кордон (як в Канаді), або змусити експортерів зерна купувати продукцію у виробників за адекватною ціною. В умовах, коли видатки збільшилися в 3 рази через девальвацію валюти, ціна на зерно в гривнях залишилася такою ж;

– створити лояльні умови кредитування виробників. В Україні виходить так, що людина, яка не має власного первісного капіталу, не може створити власне підприємство – взявши кредит на відкриття бізнесу, повернути його вкрай важко. Бувають ситуації, коли успішні виробники потрапляють у скрутне становище через погані погодні умови, неякісні сімена або хімікати тощо. Кредитування таких підприємств (на розумних умовах) нерідко може їх врятувати;

– цікаві кредитні пропозиції припали б до душі також фермерам, у яких немає можливості придбати новітню техніку, яка теж сприяє підвищенню продуктивності праці;

– заборонити продаж чорнозему. Найгірше, до чого могли додуматися наші «бізнесмени» - це продавати родючий ґрунт за кордон. Тоді ми точно залишимося ні з чим [5-7].

ВИСНОВКИ

Сільськогосподарська галузь України має можливість стати провідною та сприяти зростанню економіки країни в цілому. Вирішення ряду проблем загальнодержавного масштабу дозволить вийти на нові рівні розвитку. Зокрема зміни в законодавстві відносно регулювання продажу землі, державного контролю, зміни у логістичних схемах, податковому регулюванню сприятимуть виходу на міжнародні

ринки не тільки великих зернотрейдерів, а й безносеродно виробників [7].

Україна має величезний потенціал, щоб стати світовим лідером серед виробників зерна, треба лише скористатись своїми можливостями. Населення планети росте щорічно, а родючих земель більше не стає, тож попит на продовольство буде завжди. Також нам слід замислитись, чи варто далі експортувати просто зерно? Набагато краще – вирощувати зерно, переробляти його і продавати готову, більш дорожу, продукцію за кордон.

Список використаних джерел

1. Міністерство аграрної політики і продовольства України: Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua>.

2. Верховна Рада України: Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Державна служба статистики України: Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

4. Жигадло В.С. Виробництво зернових та олійних культур в Україні: проблеми та перспективи в умовах світової продовольчої кризи / В.С. Жигадло, О.В. Сікачіна / За ред. В.І. Артюшина. – К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки ПРООН, 2008. – 44 с.

5. Міщенко Д.А. Теоретичні засади формування механізму розвитку аграрного сектору економіки України / Д.А. Міщенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 22. – С. 134- 136.

6. Саблук П.Т. Аграрна реформа в Україні (здобутки, проблеми і шляхи вирішення) / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.М. Федоров // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 3-13.

7. Федоров М.М. Особливості формування ринку земель / М.М. Федоров // Економіка АПК. – 2007. – № 5. – С. 73-78

КОВАЛИК

Оксана Анатольевна
piomon@yours.com

УДК 657.24

БАЛАН

Александр Сергеевич
shurabalan@gmail.comКОНСОЛИДАЦИЯ УЧЕТНО-
АНАЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРИ
СОСТАВЛЕНИИ НАЛОГОВОЙ
ОТЧЕТНОСТИ МАЛЫМИ
ПРЕДПРИЯТИЯМИCONSOLIDATION OF ACCOUNTING-
ANALYTICAL INFORMATION FOR
DRAFTING TAX REPORT ON SMALL
ENTERPRISESассистент кафедры Учета,
анализа и аудита, Одесский
национальный политехни-
ческий университетд.э.н., доцент кафедры
Учета, анализа и аудита,
Одесский национальный поли-
технический университет

В статье рассматривается пошаговый алгоритм формирования учетной информации для составления налоговой отчетности. Разработана информационная панель формирования данных для составления налоговой отчетности на примере составления налоговой декларации плательщика единого налога.

In the article the step-wise algorithm of forming of accounting information for drafting tax report is examined. In the article the informative panel of forming data for drafting tax report on the example of drafting tax bill of the single tax's payer is worked out.

Ключевые слова: налоговая отчетность, информационная панель, алгоритм, малое предприятие, информация

Keywords: tax accounting, informative panel, algorithm, small enterprise, information

ВВЕДЕНИЕ

Наличие полной и правильно заполненной отчетности на предприятии может обеспечить эффективность принятия управленческих решений. Документация предприятия непрерывно изменяется, усложняется, ужесточаются требования к срокам подготовки документов. Как результат – предприятию не хватает ресурсов или они используются неэффективно. Именно автоматизация отчетности может позволить преодолеть возникшие трудности.

На данный момент существует огромное количество литературы, которое охватывает вопросы налоговой отчетности. Однако, в них мало предложений по усовершенствованию формирования учетной информации. Среди авторов, которые рассматривали проблемы налоговой отчетности, встречаются следующие: Брызгалин А.В., Лермонтов Ю.М., Евстигнеев Е.Н., Эминов Е.В., Карп М.В., Ермаков С.М., Князев В.Г., Баев О.Я., Романовский М. В., Кваша Ю.Ф., Алиев Б.Х., Пепеляев С.Г., Черник Д.Г. и т.д.

ЦЕЛЬ РАБОТЫ

разработать алгоритм составления налоговой отчетности, который бы позволил пользоваться не только бумажными носителями, но и электронными.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При проведении исследования использованы методы структурно-логического анализа, сравнения и обобщения.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Перед составлением налоговой отчетности нужно проводить детальную подготовительную работу, которая должна осуществляться по заранее составленному специальному графику [1,2].

Для усовершенствования формирования учетной информации при составлении налогового отчета рекомендуется пользоваться пошаговым алгоритмом формирования информации для составления налоговой отчетности (рис. 1).

Первый шаг. Так как вся необходимая информация для составления налоговой отчетности находится, как правило, в системе 1-С Бухгалтерия, сначала необходимо перенести эту информацию в программу для работы с электронными таблицами Excel. Операцию придется производить вручную.

Рекомендуется начинать составление отчетности с проверки на наличие ошибок в первичной документации, а так же уделить внимание проверке данных после того, как они будут перенесены из 1С-Бухгалтерия, что бы избежать возможных механических ошибок [3].

Второй шаг. На этом этапе информация должна проходить автоматическую обработку. Для этого в Excel нужно создать информационную панель, которая бы систематизировала полученные данные, производила над ними необходимые расчетные операции для их дальнейшего использования при формировании непосредственно самого налогового отчета [4].

Информационная панель на примере формирования данных для составления налоговой декларации плательщика единого налога представлена на рис. 2.

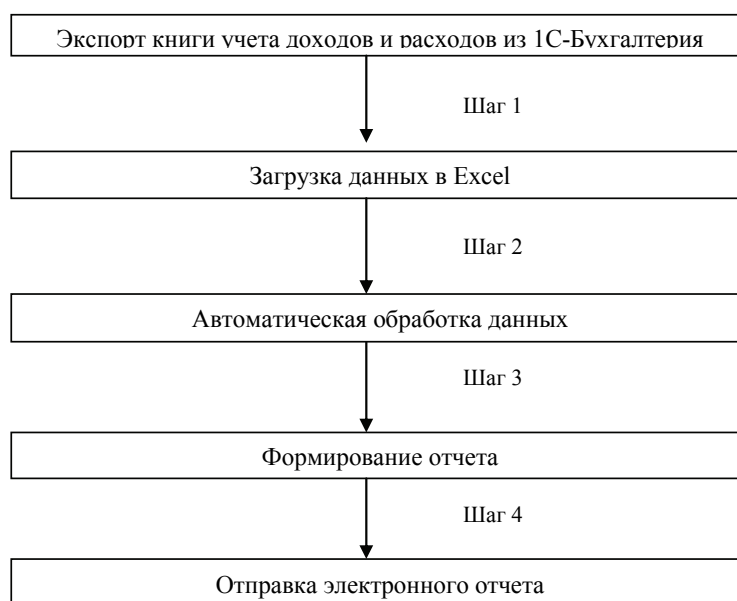


Рис. 1. Алгоритм формирования информации для составления налоговой отчетности для малых предприятий

ІМІ		JK									
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
2015	КВАРТАЛ 1	УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ МОНИТОРИНГА НАЛОГОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ									
Дата и № первичного документа по доходу	Источник показателя	Значение показателя (ежеквартальный), грн.	Критерий группирования дохода	сумма дохода накопительно	Сумма дохода накопительно к налогу обложению единым налогом	Ставка единого налога		Сумма единого налога	Критерий	Индикатор	
1	2	3	4	5	6	7		8	9	10	
						2%	4%				
01.03.16 №7	Книга учета доходов и расходов	1000000	Сумма дохода, полученного при применении способа расчетов, отличного от денежного	1000000		-	+	40000			
15.03.16 №8	Книга учета доходов и расходов	300000	Сумма дохода, полученного от осуществления видов деятельности, не дающих права применять	1300000		-	+	52000			
01.02.16 №5	Книга учета доходов и расходов	1500000	Сумма дохода, которая не превышает установленный уровень для применения упрощенной системы	2800000	1500000	+	+	60000	<30000000 грн.;		
25.02.16 №6	Книга учета доходов и расходов	1600000	Сумма дохода, которая превышает установленный уровень для применения упрощенной системы	4400000	3100000	+	+	4000	>30000000 грн.;		

Рис. 2. Информационная панель формирования данных для составления налоговой декларации плательщика единого налога

Третий шаг. После того, как все необходимые показатели будут рассчитаны и систематизированы, они будут автоматически переноситься в налоговый отчет, который будет формироваться в следующей вкладке в ярлыках листов Excel.

Четвертый шаг. Сформированную налоговую отчетность, кроме того что нужно распечатать, что бы впоследствии предоставить ее внешнему пользователю, так же необходимо отправить в электронном виде. На этом этапе следует вручную отправлять сформированную в Excel налоговую отчетность и регистрировать полученную на нее квитанцию [5].

При закрытии сформированного отчета следует настроить программу автоматически сохранять все изменения и присваивать файлу имя, которое состоит из названия предприятия и даты отчета. На основе такого налогового отчета можно впоследствии формировать отчеты следующих кварталов.

Такой алгоритм позволит отслеживать и систематизировать информацию из разных источников и даст возможность усовершенствовать документооборот, повысить скорость обработки и регистрации документов, что в свою очередь поможет избежать непредставления в установленный

срок в налоговые органы документов и (или) иных сведений, что влечет взыскание штрафа [6,7].

Рассмотрим подробнее структуру информационной панели (рис. 2).

В первой колонке панели отображаются документы, из которых будет браться информация для расчета. Что бы панель ни была громоздкой, рационально вносить только дату и номер документа.

Во второй колонке следует показывать источник информации.

В третью колонку вносится непосредственно значение самого показателя налогооблагаемого дохода.

В четвертой колонке отображаются критерии группирования дохода исходя из Налогового кодекса Украины. Каждому критерию следует присвоить свой цвет, в который будет окрашиваться соответственная критерию общая сумма (пятая колонка), так как критерий влияет на выбор ставки единого налога – 2% или 4%.

В шестой колонке следует отображать те виды дохода, которые попадают по критерию к налогооблагаемой базе – 2%.

В седьмой колонке + стоит отмечать, по какой ставке облагается налогом тот или иной вид дохода.

В восьмой колонке будет происходить непосредственный подсчет суммы налога с каждого вида дохода. При этом, при расчете будет учитываться критерий из колонки девять, согласно которому, если сумма налога из колонки шесть превысит заданный лимит, то та сумма, на которую этот лимит превышен, будет рассчитываться по ставке 4% (не смотря на то, что этот тип дохода облагается налогом по ставке 2%).

В десятой колонке рекомендуется отображать индикатор, который будет показывать определенный цвет в зависимости от того, по какой ставке облагается доход. При этом следует задать в индикаторе 3 цвета: по ставке 4%, по ставке 2% и сумма, которая превысила лимит и вместо 2% облагается 4%. Это даст возможность анализировать структуру налога и принимать решения по ее изменению.

ВЫВОДЫ

Применение рассмотренного алгоритма позволит отслеживать и систематизировать информацию из разных источников и даст возможность усовершенствовать документооборот, повысить скорость обработки и регистрации документов. Анализ налоговой отчетности даст возможность оценить влияние налогов на деятельность организации и выявить существующие ресурсы повышения ее эффективности.

Список использованных источников

1. Горицкая Н.Г. Особенности ведения бухгалтерского учета в современных условиях. – К.: Редакция газеты Бухгалтерия. Налоги. Бизнес», 2013. – 352с.
2. Перов А.В. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / А.В. Перов, А.В. Толкушкин. – М.: Юрайт. – 2012. – 555 с.
3. Харитонов С.А. Информационные системы бухгалтерского учета: учебное пособие для студентов, обуч. по спец. «Бух. учет, анализ и аудит» / С. А. Харитонов, Д. В. Чистов, Е. Л. Шуремов; [Финансовая академия при Правительстве РФ]. – М: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2012. – 159 с.
4. Костылев В.А., Костылева Ю.Ю. Бухгалтерский и налоговый учет: проблемы взаимодействия // Бухгалтерский учет, 2012. – № 13. – С. 62-67.
5. Хендриксен Э. С., Ван Бреда М. Ф. Теория бухгалтерского учета: Пер. с англ. /Под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 576 с.
6. Сикора И. Нормативное регулирование бухгалтерского учета оборотных активов // Бухгалтерский учет и аудит. – 2011. – № 2. – С.30-35.
7. Попова Л.В. Альтернативные варианты организации налогового учета и их анализ / Л.В. Попова, М.В. Васильева, М.М. Коростелкин // Управленческий учет. – 2010. – №1. – С. 6.

КОВТУНЕНКО

Юрій Володимирович
karat108@list.ru

УДК 658

ОРКУШ

Юлія Ігорівна

АДАПТАЦІЯ СТРАТЕГІЙ ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ ДО МІНЛИВИХ УМОВ
НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩАADAPTATION STRATEGIES INDUSTRIAL
ENTERPRISES TO CHANGING
ENVIRONMENTAL CONDITIONк.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університетмагістр, Одеський національний
політехнічний університет

У статті розглядають особливості навколишнього середовища діяльності промислових підприємств. Обґрунтовано, що розвиток без адаптації відповідних стратегій, без використання наукових методів неминує веде до втрати підприємствами конкурентоспроможності.

В статье рассматриваются особенности окружающей среды деятельности промышленных предприятий. Обосновано, что развитие без адаптации соответствующих стратегий, без использования научных методов неизбежно ведет к потере предприятиями конкурентоспособности.

The article discusses the features of the environment of industrial enterprises. It is proved that the development of appropriate strategies without adaptation, without the use of scientific methods will inevitably lead to a loss of competitiveness of enterprises.

Ключові слова: адаптація, стратегія, навколишнє середовище, підприємство

Ключевые слова: адаптация, стратегия, окружающая среда, предприятие

Keywords: adaptation, strategy, environment, enterprise

ВСТУП

У складному, динамічному світі кожне підприємство, щоб забезпечити собі гідне місце в майбутньому, прагне своєчасно і гнучко реагувати на зміни, що відбуваються, адаптуватися і пристосовуватися до них. Така випереджаюча поведінка відповідає основним стратегічним завданням усіх рівнів організаційної ієрархії сучасних підприємств. Глобалізація в економіці, зростаюча інтеграція в світі, посилення конкуренції на національних і міжнародних ринках, висока інтенсивність науково-технічного і технологічного процесу занурюють підприємства в середу, яка вимагає від них дедалі глибшого прогнозування і масштабного оновлення основних сфер діяльності.

Проблеми розробки стратегій підприємств досліджуються багатьма вченими, однак недостатньо вивчена специфіка формування стратегій в умовах постійно змінного навколишнього середовища.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні особливостей навколишнього середовища діяльності промислових підприємств в умовах адаптації стратегій промислових підприємств.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою статті є наукові роботи, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти та методи структурно-логічного аналізу.

РЕЗУЛЬТАТИ

У нових мінливих умовах промислові підприємства постійно і неухильно прагнуть впровадити нові гнучкі виробничі системи, новітні

інформаційні та інші технології, інновації в управлінні виробництвом і ін. Як показують світовий досвід і дослідження фахівців, головним засобом, що визначає результати і ефективність діяльності будь-якої організації в умовах ринкової економіки, а, в кінцевому підсумку, країни і суспільства в цілому, є розробка і впровадження конкурентних стратегій. В умовах мінливого середовища повинні змінюватися і конкурентні стратегії, які розробляють і здійснюють підприємства. Чим сильніше вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, тим більші зміни будуть потрібні в виробничо-господарської діяльності підприємств. Тому адаптація стратегій промислових підприємств до мінливих умов навколишнього середовища стає особливо актуальною в сучасних умовах.

Управління підприємствами в умовах мінливого навколишнього середовища – процес багатогранний, складний, що включає поряд з оперативної, поточної управлінської роботою такі елементи, як дослідження ринку, оцінка можливих ситуацій, передбачення, прогнозування і моніторинг. Промислові підприємства повинні враховувати не тільки відомі, але й можливі події майбутнього, що впливають на їх результативність діяльності.

Необхідно враховувати такі особливості навколишнього середовища діяльності промислових підприємств:

– наявність складної системи економічних, фінансових і організаційних відносин підприємства з іншими господарюючими суб'єктами в умовах мінливої середовища. Для неї характерно безліч економічних суб'єктів, їх відносин, причинно

наслідкових зв'язків, динамічність функціонування економіки;

– загострення конкуренції на ринку в умовах глобальної економіки. Збільшення кількості конкурентів і підвищення вимог з боку споживачів продукції веде до загострення конкурентної боротьби в умовах глобальної економіки;

– наростаючий потік постійно мінливій інформації та інновацій. В умовах змінного навколишнього середовища відповідно змінюються і інформація, і інновації. Постійно зростаючий обсяг ускладнює процес прийняття рішення в зв'язку з ростом невизначеності.

– високий ступінь ризику діяльності підприємства в умовах мінливого навколишнього середовища, оскільки складно прогнозувати можливі наслідки змін.

– необхідність постійних змін в управлінні підприємствами в умовах змінного навколишнього середовища [1].

В процесі своєї діяльності промислові підприємства стикаються з різними можливостями і погрозами (ризики) (рис. 1). Невизначеність є джерелом як нових можливостей, так і потенційних ризиків. В цих умовах результати діяльності підприємства можуть бути різними, тому існує можливість несприятливих наслідків.

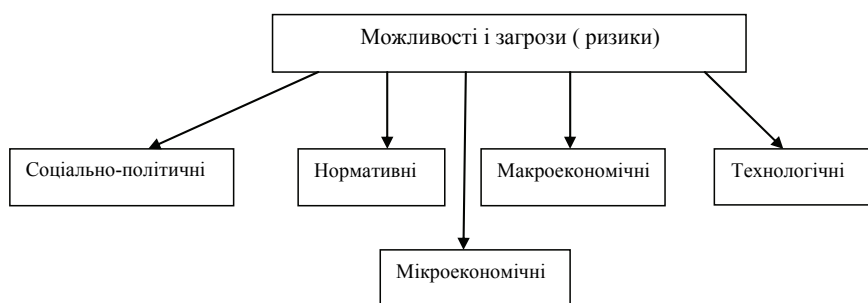


Рис. 1. Основні можливості і загрози діяльності промислових підприємств

В даний час для промислових підприємств особливе значення мають як використання нових можливостей, так і запобігання загрозам, що створюються глобалізацією ринків, рівнем державного регулювання, станом фінансової системи, корупцією, податковою політикою, ступенем досконалості законодавчої бази, ступенем захищеності внутрішнього ринку, наявністю певних стандартів, конкурентоспроможністю продукції, інтелектуальних цінностей і інноваційним потенціалами [2-3].

Сучасні підприємства змушені функціонувати в умовах постійно мінливих чинників навколишнього середовища, тому що розроблені ними стратегії повинні відповідати новим умовам їх діяльності. Для того щоб виявляти зміни в навколишньому середовищі діяльності підприємства, необхідно проводити постійний моніторинг її чинників. Ґрунтуючись на даних моніторингу, підприємства повинні змінювати свої стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринках. Стратегія підприємства повинна передбачати програму дій, спрямовану на досягнення стратегічних цілей і вигідною конкурентної позиції промислового підприємства з урахуванням ресурсного потенціалу в умовах мінливого навколишнього середовища. При цьому зміни можуть бути як пристосовані до ситуації так і попереджуючими, створюючи нові умови діяльності [3].

ВИСНОВКИ

Адаптація стратегій діяльності підприємства повинна бути гнучкою, тобто змінюватися відповідно

до змін як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Стратегії повинні відрізнятися в різних умовах діяльності (при сприятливих умовах – посилення позицій, а при несприятливих може бути стратегія скорочення). Для цього необхідно враховувати, як зміни факторів навколишнього середовища впливають на показники діяльності підприємства. Слід зауважити, що з одного боку, прийняття рішення не слід відкладати, щоб не запізнитися і не програти конкурентну боротьбу, а з іншого, занадто рано не вживати дії, оскільки отримуючи додаткову інформацію з плином часу можна розкрити невизначеність факторів навколишнього середовища.

Список використаних джерел

1. Евсеева С.А. Методы адаптации стратегии промышленного предприятия к меняющимся условиям окружающей среды: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / С. А. Евсеева – СПб., 2011. – 19 с.
2. Філіппова С.В. Особливості процесу комерціалізації інноваційних розробок промислового підприємства [моногр.] / С.В. Філіппова, Ю.В. Ковтуненко. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. – 214 с.
3. Ковтуненко Ю.В. Методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Ю.В. Ковтуненко, С.Ю. Каверіна // Економіка та суспільство. – 2016. – №2. – Режим доступу до журналу: http://economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/51.pdf

ЛАЦИНА

Світлана Анатоліївна
Svetlana.latsina@yandex.ru

УДК 657.6

МАМОНТЕНКО

Наталія Сергіївна
Nata.mamontenko@mail.ruРОЗРОБКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-
ЕКОНОМІЧНИХ НАПРЯМІВ
ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА
ПРИКЛАДІ ВИНОГРАДАРСЬКО-
ВИНОРОБНОГО ВИРОБНИЦТВАORGANIZATIONAL DEVELOPMENT
AREAS ECONOMIC COMPETITIVENESS
FOR EXAMPLE VINEYARDS – WINE
PRODUCTIONстудент, Одеський Національний
Політехнічний Університетасистент, Одеський Національний
Політехнічний Університет

Стаття присвячена розробці підвищенню конкурентоспроможності виноградарсько-виноробного виробництва. В статті розглянуто 4 стадії регулювання конкурентоспроможності підприємств, а також фактори, які сприятимуть подальшому успішному розвитку підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу.

Статья посвящена разработке повышению конкурентоспособности виноградарско-винодельческого производства. В статье рассмотрены 4 стадии регулирования конкурентоспособности предприятий, а также факторы, которые будут способствовать дальнейшему успешному развитию предприятий виноградарско-винодельческого подкомплекса.

The article is devoted to the development of viticulture -vine improve the competitiveness of production. The article examines the competitiveness of regulation 4 stage companies, as well as the factors that will contribute to the further successful development of enterprises vine- winemaking.

Ключові слова: організаційно – економічні напрями, підвищення конкурентоспроможності, виноградарсько- виноробні підприємства, система управління якістю, стандарти

Ключевые слова: организационно - экономические направления, повышение конкурентоспособности, виноградарско - винодельческие предприятия, система управления качеством, стандарты

Keywords: organizational - economic areas, increasing competitiveness, vine- wineries, quality management system, standards

ВСТУП

У сучасному світі місце і роль виноградарсько-виноробного виробництва України залежить від здатності ефективно реалізувати свої переваги природо-ресурсного потенціалу у міжнародній конкуренції, забезпечивши участь у вирішенні світових продовольчої, енергетичної та екологічної проблем на основі взаємовигідних економічних відносин.

Задача дієвого функціонування виноградарсько-виноробних підприємств має загальнодержавну важність, всебічною і складною для вирішення на різних ступенях, так як вузько пов'язана із загальним розвитком агропромислового виробництва, пристосування виноградарсько-виноробних підприємств до ринкової обстановки і необхідністю поліпшенню конкурентоспроможності продукції, що значною мірою сприятиме подолання негативних ситуацій в галузі, підвищенню ефективності виготовленню продукту і нормальному функціонуванню виноградарсько-виноробного ринку.

Питанням конкурентоспроможності на виробництві присвячені праці вітчизняних та зарубіжних учених. Істотний внесок зробили українські вчені такі, як: С.С. Брильов, С.С. Гаркавенко, С.В. Мілевський, Б.В. Буркинський, А.М. Азарян,

В.М. Трегубчук, І.З. Должанський, Т.А. Загорна та інші. Серед зарубіжних учених необхідно відзначити роботи Ф. Котлера, М. Портера, Е. Діхтля, І. Шумпетера, Х.Хершгена, Л. Ерхарда, І. Ансоффа та інші.

МЕТА РОБОТИ – розробити нові організаційно-економічні напрями підвищення конкурентоспроможності.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження проведене за допомогою праць вітчизняних та українських вчених, ресурси Internet, законодавчих і нормативних актів України і ЄС з питань розвитку виноградарсько-виноробної галузі.

РЕЗУЛЬТАТИ

Конкурентоспроможність виноградарсько-виноробної продукції – це сукупність якостей, що відрізняють її від товару-аналогу. Поліпшення конкурентоспроможності винограду сприяє перш за все підвищенню сортового розподілу (за рахунок застосування багатообіцяючих та найбільш якісних сортів винограду), введення останніх фондозберігаючих технологій. Особливо вони дають ймовірність на отримання потрібної кількості

хорошого рівня сировини, передового формування праці та високоприбутковості фірми.

Регулювання конкурентоспроможністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі запропоновано проводити за 4 стадіями:

1. Оцінка ;
2. Планування;
3. Організація;
4. Контроль.

На першій стадії управління пропонується проводити оцінку конкурентоспроможності підприємств за допомогою виробленої методики.

Другою стадією планування значень відповідних складових елементів конкурентної можливості для досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності.

На третій стадії управління реалізується процес організації управління для досягнення запланованих рівнів елементів конкурентоспроможності. Удосконалений організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі представлений на рис.1.

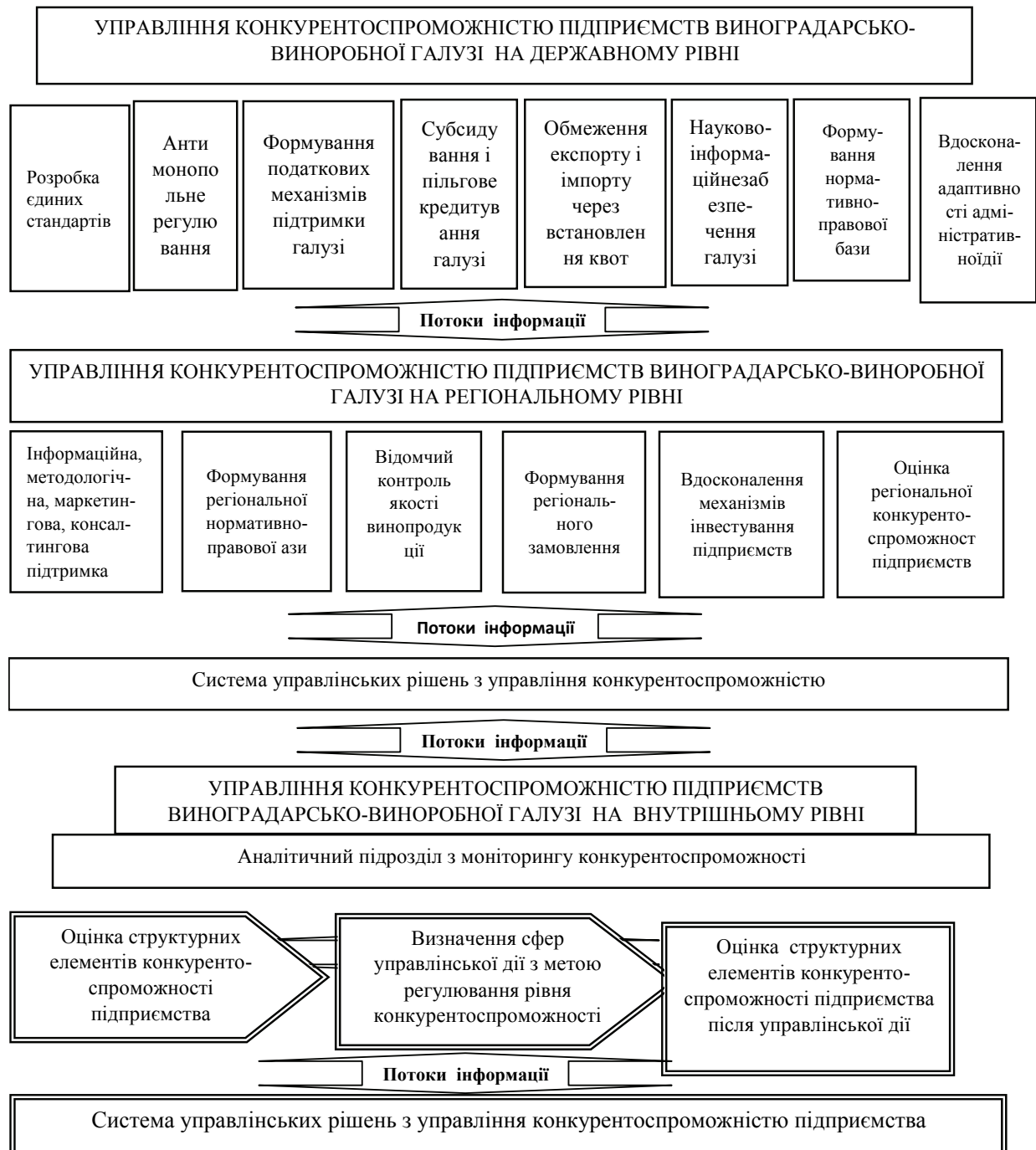


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі

На четвертому етапі оцінюється рівень конкурентоспроможності фірми після реалізації управлінських дій.[1]

Фактори які сприятимуть подальшому успішному розвитку підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу наступні:

1. Наявність кваліфікованого персоналу;
2. Новітня матеріально-технічна база;
3. Впровадження електронного документообігу;
4. Створення ефективної системи автоматизації праці;
5. Постійне удосконалення СУА виробництва продукції.

Для удосконалення продуктивності управління конкурентоспроможністю винопродукції необхідно удосконалювати систему управління якістю на основі стандарту ISO 9001:2000 як найбільш комплексного і такого, що охоплює велику частину системи управління підприємством, а його вимоги доповнити стандартом ISO 22000:2005 і принципами HACCP. Потім система може інтегруватися з ISO 14001 і OHSAS 18001.

Для підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу, які займаються переробкою та виробництвом специфічної продукції, можливо задовольняти споживача і досягати організаційної ефективності за рахунок дієвого впровадження стандарту ДСТУ ISO 9001:2001.[2]

Головними стратегічними напрямками подальшого розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу та підвищення його конкурентоспроможності повинні бути формування та функціонування цивілізованого ринку продукції і законодавча підтримка вказаного підкомплексу. Сучасним виробникам винограду і винопродукції більше уваги необхідно звертати у своїй виробничій і збутовій діяльності на застосування маркетингових інструментів, що дасть можливість вийти на конкурентні ринки, скоротити витрати, отримати більші прибутки, розширити і зміцнити свій виробничий потенціал.[3,4]

Для здійснення сегментації ринку продукції виноградарсько-виноробного підкомплексу найбільш обґрунтованим методом маркетингових досліджень, на нашу думку, є анкетування, головна мета якого – виявлення потенційних споживачів та поділ їх на окремі сегменти. Він дає змогу реалізувати на практиці принцип орієнтації на споживача.

Умови для підвищення конкурентоспроможності виноградарсько-виноробної галузі:

1. співвідношення якості й обсягів виробництва винопродукції соціальним потребам населення України, сучасним і перспективним вимогам регіонального, національного та зовнішніх ринків;
2. збереження організаційно-економічної та технологічної цілісності галузі з метою

ефективнішого управління використанням необхідних для неї природних і економічних ресурсів;

3. економіко-правове забезпечення виноградарсько-виноробної галузі на основі загальноукраїнського законодавства [5].

Виходячи з дослідження даної проблеми, можна зробити висновок, що широке застосування міжнародних стандартів ISO серії 9000 в світі підтверджує ефективність впровадження систем управління якістю. Обґрунтовані організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю винопродукції і підприємств виноградарсько-виноробної галузі. Виявлені фактори, що сприятимуть успішному розвитку підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу.

Розроблені рекомендації, що передбачають: технічне переозброєння галузі шляхом заміни морально і технічно застарілого обладнання новим; вдосконалення структури виробництва основних видів винопродукції враховуючи сучасні тенденції попиту та згідно з потребами ринку.

Список використаних джерел

1. Агеєва І.М. Перспективні напрями стратегічного планування на підприємствах виноробної галузі України / І.М. Агеєва, О.Ю. Мандро // Економіка харчової промисловості. – 2010. – №2(6). – С. 26-31.
2. Аблязова С.А. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств виноградарсько-виноробної галузі Криму // Матеріали VIII Міжнародної наукової конференції студентів і молодих вчених «Економіка і маркетинг в XXI сторіччі» (18-22 травня 2007р., м. Донецьк) в 2-х частинах. ч.1. - Донецьк: «ДРУК-ІНФО», 2007.- 246с.- С. 9-11.
3. Кулешова Г.М. Роль корпоративних об'єднань в формуванні конкурентоспроможності винограду // Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. Ринкова трансформація економіка АПК. Випуск 30. – Х.: ХНТУСГ, 2004. – С.269-273.
4. Кулешова Г.М. Роль трудовихресурсів у підвищенні конкурентоспроможності виноградарства // Вісник аграрної науки Причорномор'я, 2005. – Випуск 3 (31). – С.90-97.
5. Аблязова С.А. Теоретичні основи формування якості виноградарсько-виноробної продукції // Економіка: проблеми Теорії та практики - 36. наук. праць Дніпропетровського національного університету. - Вип. 207.- т. II. - Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет, 2005. - С.498-506.

ПАНКРАТОВА

Анна Русланівна

Lady.pankratowa@gmail.com

УДК 658.87

АНАЛИЗ ПРЕИМУЩЕСТВ И НЕДОСТАТКОВ ВЕНДИНГОВОЙ
ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕANALYSIS OF ADVANTAGES AND SHORTCOMINGS OF VENDING
TRADE OF UKRAINE

студент, Одеський національний політехнічний університет

В статье рассмотрены вопросы возникновения и развития вендинга, основные виды такой торговли в Украине, законодательная база вендинговой торговли. Определено понятие вендинга. Сформулированы преимущества и недостатки вендинга в Украине.

In article questions of emergence and development of a vending, main types of such trade in Ukraine, legislative base of vending trade are considered. The concept of a vending is defined. Advantages and shortcomings of a vending of Ukraine are formulated.

Ключевые слова: вендинг, автоматы, вендинговая торговля

Keywords: vending, automatic machines, vending trade

ВСТУПЛЕНИЕ

Вендинговый бизнес – инновационная и новая деятельность для украинских предпринимателей. Этим вендинг рискован. При этом открывается множество возможностей для роста и развития. Анализ показал, что незначительная доля предприятий осуществляют такую деятельность.

Учитывая современную ситуацию, вендинговая деятельность развивается вполне успешно. Кризисные явления не особо повлияли на развитие. Однако это привлекательная и прибыльная деятельность, на которую стоит обратить внимание.

Вопросом развития коммерческой деятельности и розничной торговли посвящены работы таких авторов как І. Дахно [2], Б. Берман [4], В. Радаева, І. Мельник [5]. Однако, формированием инновационного механизма развития коммерческой деятельности малого и среднего бизнеса они не занимались.

Проблемам инноваций и инновационной деятельности уделили, в свою очередь, такие ученые, как І. Бузько, О. Даций, І. Балабанов. Наравне с перечисленными учеными, изучением проблем самозанятости присоединились такие отечественные экономисты, как Ю. Зинька, В. Иванова, М. Кострица, В. Смаль.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

состоит в уточнении понятия вендинга, описании преимуществ и недостатков вендинговой деятельности.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологической и информационной основой исследования стали научные работы, материалы периодических изданий, ресурсы Internet, Закон Украины про использование регистраторов расчетных операций.

При проведении исследования использовано методы структурно-логического анализа и сравнения.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Вендинг – это торговля, которую вместо людей осуществляют автоматы [1]. Подобный вид торговли существует уже тысячи лет, хотя понятие для определения такого вида деятельности предложено относительно недавно.

В 1980х годах в вендинговых автоматах начали использоваться электронные компоненты, а чуть позже появилась возможность расплачиваться карточкой. В 1990х годах автоматы уже могли самостоятельно подключаться к интернету или использовать мобильную связь [1].

На сегодняшний день в Японии, мировом лидере по розничной торговле, около 60% продаж реализуется благодаря торговым автоматам.

Вендинг – прибыльный и стабильный бизнес, что подтверждает американская статистика [1]. Однако, это не характеризует такую торговлю как без рисковую. Около 10% покидают вендинговую торговлю в первое десятилетие деятельности. При этом стоит учесть, что западного предпринимателя устроит срок окупаемости в полтора-два года.

Современный опыт украинских операторов торговых автоматов показывает, что у нас автоматы окупаются за несколько месяцев, что является отличным показателем.

В Украине торговые автоматы появились недавно, в середине 90х годов XX века [3]. Кроме жетонов метрополитена и газет в ассортименте товаров, продающихся через автоматы, появились кофе, бутерброды, вода и т.п. Однако, законодательно ограничен список товаров для вендинговой торговли, а именно запрещены [1]:

- алкогольные напитки;
- тютюновые изделия;
- огнеопасные товары бытовой химии;
- пиротехнические игрушки и т.д.

Не смотря на то, что вендинговая торговля все же новый вид бизнеса в Украине, она развивается

достаточно быстро, даже в современных кризисных условиях.

К примеру, платежные терминалы быстро вошли в жизнь современного человека. С их помощью можно пополнить счет мобильного телефона, оплатить коммунальные услуги, банковский кредит, услуги провайдера.

Рассмотрим вендинговую торговлю кофейными автоматами. Современное оборудование имеет возможность приготовить потребителю 20 видов кофе, а также по желанию добавить молоко или дополнительную порцию сахара. Кофейные автоматы стали незаменимы в крупных украинских офисах и не только. Также есть возможность увеличить доход без дополнительной нагрузки на потребителя. Достаточно использовать стаканчик для разливного кофе как площадь для рекламы.

Однако это все требует внушительных вложений. Минимальное количество выдаваемых порций автоматом в день составляет 20 стаканчиков, иначе стоит менять место расположения. Для расчетов возьмем количество в 50 стаканчиков, т.к. максимальное значение порций около 100 штук. В итоге затраты составят [1]:

- автомат для разлива кофе - 1500-5000 дол. США;
- установка терминала для денежных средств - 300-500 дол. США;
- зарплата персоналу (один человек на десять автоматов) - 300-500 дол. США в мес.;
- кофе — от 150 дол. США в мес.;
- аренда торгового места 100 дол. США в мес..

В итоге, сумма затрат составляет 2500 дол. США. При этом доход от продажи 50 порций кофе в день составит от 500 дол. США в мес..

В мировой практике используются более современные автоматы, в которые можно установить безналичную систему оплаты по специальным пластиковым картам. Потребитель будет заинтересован в приобретении такой карты, т. к. это определенная экономия. А еще такая карта - дополнительное пространство для рекламы.

Кофе пьют все. Поэтому такая разновидность вендинговой деятельности менее чувствительна от особенностей потребителей. Достаточно выбрать удачное расположение, где будет достаточное скопление людей. Значительным положительным фактором в этом виде бизнеса является большой ресурс автомата (10-15 лет) и отсутствие достойных конкурентных заменителей.

В некоторых бизнес-центрах можно увидеть, кроме кофейного автомата, снековую машину, которая продает фасованную продукцию. Работнику офиса проще во время перерыва подойти к автомату в помещении и приобрести шоколадку, например, чем утром, торопясь на работу, забежать в ближайший киоск, где вероятней всего очереди.

Еще один развивающийся вид вендинга в Украине - массажный. Выставляется массажное кресло, оснащенное терминалом для приема денег, в многолюдных местах с целью делать массаж желающим потребителям за определенную плату.

Массажные кресла выгодны еще тем, что из-за новизны и простоты восприятия не требуют специальной рекламы. Система управления таким креслом максимально упрощенная, поэтому любой желающий сможет воспользоваться им без трудностей.

На данный момент еще одним из перспективных видов вендингового бизнеса является продажа питьевой воды. Украинский рынок питьевой воды основан довольно недавно (около 11 лет), однако уже сейчас темпы роста составляют 20% в год [7]. Украинская фирма «Унипей» выделяет несколько сегментов на рынке акваториалов, а именно по литражу емкостей до двух литров, от пяти до десяти литров, больше десяти литров и продажа в емкость покупателя. Такая торговля еще привлекательна тем, что образ потребителя не имеет четкого описания, а значит универсальный. Каждому человеку необходима вода для существования в первую очередь. Также проведя анализ продаж воды из цистерн и киосков разлива [7] можно сделать вывод, что около 30% населения покупает чистую питьевую воду для приготовления еды. Из этого следует, что потребителю важно приобретать воду близко к месту проживания, а эту проблему транспортировки решает акваториал. При этом срок окупаемости составляет от одного до двух лет [7].

Далее проанализируем законодательство, регулирующее вопросы организации торговли через автоматы и налогообложение прибыли. Стоит отметить, что такие законы не достаточно регулируют рынок вендинговых услуг. Специальные правила торговли через торговые автоматы нормативной базой не предусмотрены, поэтому применяются общие правила торговли с учетом особенностей торговли через пункты продаж, что рассмотрены далее.

Наличие разрешения. Согласно ЗУ «Про использование РРО в сфере торговли» [6], торговые автоматы относятся к пунктам некапитального строительства. Их размещение осуществляется хозяйствующими субъектами при письменном разрешении местного органа государственной исполнительной власти и по согласию с органами санитарно-эпидемиологического надзора, пожарной охраны, государственной автоинспекции и архитектуры (статья 3). Также законодательно [6; статья 2], установлено, что торговый автомат является передвижной малой архитектурной формой, т.е. сооружением, которое не имеет закрытого помещения для временного нахождения людей. Поэтому для установки торгового автомата на земельном участке необходимо получить разрешение на размещение малой архитектурной формы по установленному образцу органов градостроения и архитектуры.

Использование реестров расчетных операций (РРО). Согласно статье 2 Закона о РРО [6], автомат по продаже товаров или услуг — это " регистратор расчетных операций, который в автоматическом режиме осуществляет выдачу (предоставление) за наличные денежные средства или при использовании платежных карт, жетонов и т.п. товары (услуги) и

обеспечивает соответствующий учет их количества и стоимости, и создает контрольную ленту в электронном виде".

Согласно п.3 статьи 3 Закона о РРО [6], для продажи товаров (услуг) разрешается использовать только автоматы, включенные в Государственный реестр расчетных операций, при выполнении установленного порядка их использования. А в этот реестр внесены только автоматы, которые используются для:

- оформления проездных/перевозочных документов на поездку местного соединения
- предоставления услуг автоматических камер хранения
- контроля прохождения пассажиров в метрополитене.

Только названные автоматы подлежат опломбированию в центре сервисного обслуживания и регистрации в налоговом органе. Из этого следует, что, не смотря на привлекательность вендингового бизнеса, действующие субъекты хозяйствования не имеют право использовать торговые автоматы.

Также Закон [6] имеет целый раздел посвященный ответственности за нарушение правил данного закона, где четко описаны взыскания соответствующими органами. Это свидетельствует о серьезном контроле вендингового бизнеса со стороны государства.

ВЫВОДЫ

Исходя из рассмотренного материала, составим комплексную таблицу преимуществ и недостатков.

Таблица 1

Преимущества и недостатки вендинговой торговли в Украине

Преимущества	Недостатки
– Прибыльная деятельность; – Возрастающий спрос; – Короткий срок окупаемости; – Услуги легкодоступны потребителю; – Просты в использовании; – Потенциальный и развивающийся рынок; – Упрощают финансовый контроль; – Незначительные затраты на обслуживание, ремонт; – Оказывают услуги круглосуточно; – Упрощают жизнедеятельность потребителю; – Технически простая установка; – Длительный срок использования.	– Рисовая деятельность; – Большие затраты; – Отстающее технологически оборудование; – Нет соответствующего и четко законодательства; – Легальное оформление требует большой объем документации; – Трудности с занятием удачного расположения.

Как видно из табл.1, преимуществ такого вида торговли больше. Однако перечисленные недостатки весьма существенны и прямо влияют на продажу товаров (услуг) с помощью автоматов. Именно по этому очень важно осуществлять мониторинг для построения эффективной системы торговых автоматов. Ведь именно расположение терминала, в итоге, является основным фактором прибыльности. Когда оператор в любой момент может проконтролировать, например, состояние автомата либо уровень наличия сырья, то такие действия, иначе мониторинг, могут увеличить товарооборот на 25-30% [7].

Хоть вендинг является перспективной деятельностью, есть достаточное количество барьеров и проблем в такой торговле.

Список використаних джерел

1. Вендинговий бізнес Україна [Електронний ресурс] // Центр управління. – Режим доступу: <http://www.protorg.com/uk/node/1385>. – Назва з екрана.
2. Дахно І.І. Зовнішньоекономічний менеджмент [Електронний ресурс] / І.І. Дахно // Бібліотека українських підручників 2010-2015. – Режим доступу:

- <http://westudents.com.ua/knigi/128-zovnishnoekonomichniy-menedjment-dahno-.html>. – Назва з екрана.
3. Что такое вендинг-бизнес? [Електронний ресурс] // Украинская вендинговая компания. – Режим доступу: http://www.vending.com.ua/ru/vend_about.htm. – Назва з екрана.
4. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Р. Джозл. Эванс. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
5. Мельник І.М. Стан та тенденції змін у роздрібній торгівлі регіонів / І.М. Мельник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.10. – с. 238-245.
6. Закон України про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг від 01.07.2015 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр/page>. – Назва з екрана.
7. УніПей. Вендингові системи [Електронний ресурс] // УніПей. – Режим доступу: <http://unipay.ua>. – Назва з екрана.

РАЗУМОВА

Катарина Миколаївна
ons@ua.fm

УДК 656.51

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПАСАЖИРСЬКИХ
ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ОСНОВІ СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУIMPROVING THE EFFECTIVENESS OF PASSENGER RAIL SERVICES
BASED ON A SYNERGISTIC EFFECT

д.е.н., доцент, Державний
економіко-технологічний
університет транспорту

В статті досліджена проблема щодо застосування синергетичного ефекту при вирішенні економічних проблем в пасажирських перевезеннях. Доведено, що отримання позитивних синергетичних ефектів дає змогу використовувати додаткові переваги, які приведуть до зростання прибутків.

В статье исследована проблема относительно применения синергетического эффекта при решении экономических проблем в пассажирских перевозках. Доказано, что получение положительных синергетических эффектов дает возможность использовать дополнительные преимущества, которые приведут к росту прибылей.

The article investigates the problem regarding the application of synergistic effect in the solution of economic problems in passenger transport. It is proved that obtaining a positive synergetic effects enables the use of additional benefits that will lead to increased profits.

Ключові слова: синергетичний ефект, емерджентність, система, пасажирські перевезення, синергетичні зв'язки

Ключевые слова: синергетический эффект, эмерджентность, система, пассажирские перевозки, синергетические связи

Keywords: synergistic effect, emergence, system, passenger, synergies

ВСТУП

Система – це обмежена безліч взаємодіючих елементів зі зв'язками між ними, з визначеними завданнями, для вирішення якого вона створюється. Із цього однозначно випливає коротка теза: система – це те, що дозволяє розв'язати поставлене завдання. У загальному випадку виділення систем є завжди умовним і навіть довільним (суб'єктивним) процесом, що залежить переважно від мети і характеру завдання. Властивості системи визначаються сукупністю її ознак і параметрів, за допомогою яких можливо її описати й виділити її серед інших систем.

МЕТА РОБОТИ полягає у підвищенні ефективності діяльності пасажирських перевезень на основі визначення синергетичного ефекту та розрахунку показників ефективності діяльності підприємства в результаті об'єднання, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційну та методологічну основу дослідження склали законодавчі та нормативно-правові акти, що регламентують діяльність підприємств в Україні, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем управління ефективністю пасажирського комплексу. При написанні даної статті використовувалися методи системного підходу та системного аналізу.

РЕЗУЛЬТАТИ

Системи бувають простими й складними, а також надскладними, великими та ін.

Складним системам можуть бути притаманні тією чи іншою мірою такі властивості: синергізм, емерджентність. Синергізм (від гр. *sinergeia* – співпраця, співдружність) або ефект синергії – це здатність до комбінованої однонаправленої дії різних елементів, речовин, частин у системі, підсумований ефект від якої перевищує вплив, що виникає з кожного компонента окремо. Стійкий прояв ефекту синергії називається законом синергії, який формулюється так: сукупність частин, що утворюють систему, організована таким чином, що загальний потенціал системи більше суми потенціалів частин, які входять у неї окремо [1]. Поза системою, загалом, емерджентність (від англ. *emergent* – несподівано з'являється, раптово спливаючий) – це поява у цілому властивостей, неадитивних властивостей частин, що входять у нього, тобто властивостей, які не витікають з властивостей його частин. Проте, як показує практика, на сьогодні не існує єдиного визначення поняття емерджентності, різні вчені його трактують неоднаково.

Емерджентність – це результат виникнення між елементами системи так званих *синергетичних зв'язків*, які забезпечують збільшення загального ефекту до більших обсягів, ніж сума ефектів окремо взятих елементів системи, що діють (функціонують) незалежно [2]. Тому соціально-економічні системи

потрібно досліджувати й моделювати зважаючи на синергізм.

Існує два підходи для розрахунку синергетичного ефекту [3]:

- на основі статистичних даних;
- на основі багатофакторного аналізу та експертного методу.

Для розрахунку ефекту на основі статистичних даних, можна використовувати формулу:

$$S_e = \sum_{i=1}^n E_i \cdot K_{i1} \cdot K_{i2} \pm \Delta E \quad (1)$$

де E_i – ефект від застосування i -го елемента комплексу маркетингу;

K_{i1} – коефіцієнт сезонних коливань;

K_{i2} – коефіцієнт зміни частки ринку;

ΔE – додатковий ефект від накладання дії елементів комплексу маркетингу.

Експертний метод заключається у визначенні переліку елементів, що впливають на загальний результат та їх складові. Далі виконується ситуаційний аналіз взаємного впливу інструментів кожного з елементів комплексу маркетингу з метою визначення можливостей підсилення (+1) чи послаблення (-1) загального рівня впливу дії j -го елемента на i -й та визначаються коригуючі коефіцієнти, що показують, наскільки дія одного посилює чи зменшує дію іншого.

Синергетичний ефект може бути позитивним або негативним:

1. Позитивний ефект можна записати у вигляді такої нерівності " $2+2>5$ ". Тобто, синергетичний ефект може проявлятися через скорочення витрат при заданому рівні доходу, збільшення доходів при заданому рівні витрат або в разі збільшення доходів з одночасним скороченням витрат (ефект "подвійного синергізму").

2. Негативний ефект можна записати у вигляді такої нерівності " $2+2<5$ ". У цьому випадку, синергетичний ефект може проявлятися через збільшення витрат при заданому рівні доходу, зменшення доходів при заданому рівні витрат або в разі зменшення доходів з одночасним збільшенням витрат (кризовий синдром).

Доведено, що отримання позитивних синергетичних ефектів дає змогу використовувати додаткові переваги, які приведуть до зростання прибутків. Наявність ефекту синергізму й уміння управляти цим ефектом створює специфічну конкурентну перевагу, яка реалізується на рівні транспортного підприємства загалом і яка врешті-решт виявляється на різних ринках у зниженні рівня витрат або в придбанні продукцією унікальних властивостей. Як уже зазначалось вище, досить важко заздалегідь визначити необхідні ресурси і умови їх використання для досягнення позитивного синергетичного ефекту. І в організаціях, і на підприємствах він виявляється через співпрацю.

Найчіткіше синергічні закономірності проявляються у маркетингу. Справа в тому, що транспортний ринок можна розглядати як відкриту економічну систему, що самоорганізується, з широкою мережею прямих і зворотних зв'язків між

попитом і пропозицією (коли йдеться про ціноутворення), між постачальниками і споживачами (при обміні), між фірмами (при конкуренції і кооперації виробництва) [4].

У сфері менеджменту та підприємництва синергію використовують при диверсифікації, створенні концернів, кооперацій.

Система «пасажирські перевезення» належить до складних – це цілісний комплекс взаємодіючих елементів разом з їхніми властивостями й відносинами. Крім того у цій системі неодмінним активним компонентом є люди, тому її можна віднести також і до організаційних систем. До них належать всі так звані соціально-економічні системи. Характерними ознаками таких систем є цілеспрямованість, ієрархічна впорядкованість елементів, наявність органів прийняття рішення. У зв'язку з цим їх ще називають системами організаційного або адміністративного управління.

Ми вважаємо найбільш доцільним визначення емерджентності як результату виникнення між елементами системи так званих синергетичних зв'язків, які забезпечують збільшення загального ефекту до більших обсягів, ніж сума ефектів окремо взятих незалежних елементів системи.

Таким чином, синергетичним ефектом будемо називати збільшення показників ефективності діяльності підприємства в результаті об'єднання, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему, де ефект від взаємодії елементів системи підприємства перевищує суму ефектів діяльності кожного елемента окремо.

Одержання позитивного синергетичного ефекту в системі «пасажирські перевезення» можливе за рахунок:

- удосконалення механізму управління щодо вирішенням економічних проблем пасажирських перевезень;

- економічного використання паливно-енергетичних ресурсів, які забезпечують високу продуктивність праці й ефективність виробництва, у першу чергу, раціональне використання робочого часу;

- економічного обґрунтування рівня реформ, не тільки в пасажирському комплексі, але й у масштабах галузі; а найголовніше – призначення на посади менеджерів вищої ланки не фахівців конкретного виду діяльності;

- активізація інвестиційної діяльності, спрямованої на розвиток матеріально-технічної бази пасажирського комплексу, удосконалення та впровадження ресурсозберігаючих технологій, відновлення пасажирського рухомого складу;

- удосконалення тарифної стратегії та цінової політики;

- подальше скорочення експлуатаційних, інвестиційних і інших витрат, насамперед, за рахунок ресурсозбереження, контролю над продуктивністю й рівнем оплати праці, запасами й цінами матеріальних ресурсів, розвитку маркетингового підходу до нормування витрат;

- удосконалення механізму взаємодії з Урядом, обласними й іншими владними суб'єктами,

заснованому на довгострокових угодах про співробітництво і взаємній юридичній відповідальності за не виконання прийнятих зобов'язань – немає об'єктивної законодавчої й нормативно-правової бази формування взаємин, стосовно до умов розвитку ринку транспортних послуг та інше.

Прояв системного ефекту виникає при певній комбінації елементів, що входять у систему «пасажи́рські перевезення» або в її економічну підсистему. Тобто при цілісному комплексі взаємодіючих елементів разом з їхніми властивостями й відносинами – самих різних процесів, знань, правил, методів, наявності різних будинків, споруджень, транспортних засобів (пропозицій для задоволення потреб у переміщенні), і т.д. Однак, якщо порушити цілісний комплекс взаємодіючих елементів, ефект зникне, хоча всі вони будуть продовжувати працювати.

Система «пасажи́рські перевезення», як і кожна, завжди існує в деякому навколишньому середовищі (НС) і обумовлюється ним, тому, що – це відкрита система, активно взаємодіюча з навколишнім середовищем, що утворюється безліччю елементів, що існують поза системою, але з якими система взаємодіє через свої входи й виходи. В навколишньому (зовнішньому) середовищі системи може бути природними та штучними. Для даної системи навколишнім середовищем є сукупність об'єктів, зміна властивостей яких впливає на її саму, а також тих з них, чії властивості змінюються в результаті її функціонування.

Причому досліджуваний об'єкт виділяється з навколишнього середовища цілком образно говорячи, «виокремлюється» із середовища цільної системи. Співвідношення між цими утвореннями можуть бути різними залежно від мети дослідження й від рівня, на якому перебуває дослідник, і, відповідно, по-різному можуть

виділятися об'єкти дослідження (системи або підсистеми) з навколишнього середовища. У контур системи потрапляє різний набір елементів, інші елементи із загального комплексу залишаються поза контуром, утворюючи навколишнє середовище.

З визначення системи з НС підтверджує, що будь-яка розглянута система може бути підрозділена на відносно автономні частини, названі підсистемами. При цьому об'єкти, що належать одній підсистемі, з успіхом можуть розглядатися як частини навколишнього середовища іншої підсистеми, а елементи останньої, у свою чергу, можуть бути самі системами нижчих порядків.

ВИСНОВКИ

Отже, вдале поєднання всіх методів у досліджуваній системі (пасажи́рські перевезення), дозволяє значно збільшувати обсяги продажу транспортної продукції, що свідчить про отримання синергетичного ефекту, коли одночасне застосування всіх маркетингових інструментів дає змогу отримати більший економічний ефект.

Список використаних джерел

1. Арланцев А.В. Синергизм коммуникационного инструментария [Електронний ресурс] / А.В. Арланцев, Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №1. – Режим доступа: <http://mavriz.ru/articles/2001/1/>.
2. Афанасьев В.Г. Системность и общество. – М.: Политиздат, 1980. – 368 с.
3. Гвишиани Д.М. Диалектико-материалистические новации системных исследований / Д.М. Гвишиани // Диектика и системный анализ. – М.: Наука. 1986. – С. 5 – 18.
4. Голубков Е.П. Использование системного анализа в принятии плановых решений. – М.: Экономика, 1982. – 160 с.

ШВИДКА

Аліна Олександрівна
alyavip-777@mail.ru

УДК 330.112.2

ПРИБЫЛЬ КАК НАПРАВЛЕНИЕ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ

ГОРОДЕЦЬКА

Тетяна Борисівна
gorodetskaya_85@mail.ruPROFIT AS A DIRECTION
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF
ENTERPRISE

студент, Одеського національного політехнічного університету

к.е.н., доцент, викладач кафедри менеджменту, Одеський національний політехнічний університет

Статья посвящена конечному результату деятельности предприятия – прибыли. В статье обоснована важность прибыли как финансового благополучия любого бизнеса, а также сделаны акценты на некоторых способах оптимизации затрат, необходимых для увеличения прибыли.

The present article is dedicated to the final result of the enterprise - profit. The article substantiates the importance of profit as the financial health of any business, and to focus on some of the ways to optimize costs to increase profits.

Ключевые слова: прибыль, расходы, конкуренция

Keywords: profit, costs, competition

ВСТУПЛЕНИЕ

Главной целью любой коммерческой деятельности является получение прибыли. Она волнует экономическую науку и хозяйственную деятельность уже много лет. На современном этапе развития экономики в связи с ужесточением конкуренции и увеличением предпринимательских рисков эта проблема становится актуальной как никогда.

На сегодняшний день, в условиях рыночной экономики, могут выжить и успешно функционировать предприятия, которые грамотно сопоставляют свои доходы с затратами. А для успешной работы каждый хозяйствующий субъект должен стремиться к повышению результативности своей деятельности на основе рационального использования ресурсного потенциала и увеличения прибыльности предприятия.

ЦЕЛЬ РАБОТЫ заключается в раскрытии сущности понятия прибыль, определения главных путей повышения прибыли и формировании четкой мысли, что прибыль создает определенные возможности для дальнейшего существования предприятия, поскольку только её увеличение помогает разрешать последствия риска, связанного с реализацией товара на рынке.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологической и информационной основой работы являются методические и инструкционные материалы по вопросам экономики и финансов предприятия, научные труды отечественных и зарубежных экономистов и успешных бизнесменов, материалы периодических изданий, а также ресурсы Internet.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В условиях рыночной экономики прибыль является основным показателем оценки хозяйственной деятельности предприятий, так как в ней аккумулируются все доходы, расходы, потери, обобщаются результаты хозяйствования. По прибыли можно определить рентабельность, изучить эффективность функционирования предприятий и их ассоциаций. Прибыль является одним из источников стимулирования труда, производственного и социального развития предприятия, роста его имущества, собственного капитала и др.

Для начала необходимо дать четкое исчерпывающее объяснение общему определению прибыли. В связи с наличием обширного диапазона различных определений этого понятия, проведем анализ научно-методических источников категории «прибыль». Полученные данные приведены в табл.1

Таблица 1

Определение понятия «прибыль»

№	Автор	Определение
1	2	3
1	Карл Маркс	Прибыль обозначает прибавочную стоимость, которая выступает в форме результата «работы» капитала.
2	Адам Смит	Прибыль – это сумма, которая может быть израсходована без посягательства на капитал.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
3	Фрэнк Найт	Прибыль представляет собой вознаграждение предпринимателя за то, что он несет «бремя риска»[2].
4	Экономико-математический словарь	Прибыль – это разница между реализацией продукции и услуг, полученной экономическим субъектом и полными издержками на их производство.
5	Большой энциклопедический словарь	Прибыль – обобщающий показатель финансовых результатов, одна из основных экономических категорий; представляет собой излишек выручки от продажи товара над затратами на их производство и реализацию.

На сегодняшний день одними из главных критериев, определяющих прибыльность и масштабность предприятия, являются объем расходов предприятия и количество сотрудников. И чем выше эти показатели, тем более успешным считается предприятие. В данном случае следует отметить, что предприятие может быть относительно небольшим с точки зрения количества служащих (и, соответ-

ственно, расходов), но крупным с точки зрения доходов. Поскольку именно отношение между доходами и расходами является показателем успеха.

Управление затратами производства и реализации продукции с целью их минимизации на предприятии является одним из главных инструментов увеличения прибыли.

Характеристика прибыли представлена на рис.1.



Рис. 1. Характеристика прибыли предприятия

В период текущего финансового кризиса, когда деловая активность стремительно снижается, и соответственно уменьшаются объемы производства продукции, для большинства предприятий сокращение расходов становится приоритетным вопросом для сохранения позиций на рынке. Расходами считаются любые затраты при условии, что они направлены на осуществление деятельности, которая в последствии принесет прибыль.

Согласно данным опроса, проведенного консультантами KPMG среди европейских компаний, не имеют целевого уровня сокращения затрат 24 %

компаний. Эта ситуация вызвана тем фактом, что более 53 % компаний не имеют представления о собственной структуре затрат, а в 39 % компаний руководство не может указать ответственных за конкретную статью затрат. Поэтому 9 из 10 компаний, взявшихся за сокращение затрат, не достигают цели. Но только одна из десяти компаний не собирается сокращать затраты.

Данная статья не направлена на анализ всех решений по оптимизации всех видов затрат, но ставит своей целью заострить внимание на некоторых из них, а так же сделать акцент на том, что к расходам

нужно отнестись взвешенно и разумно, а не вычеркивать целые статьи в произвольном порядке.

Нужно работать над снижением не всех, а только непродуктивных, неэффективных и нерациональных затрат.

В любой компании все расходы подразделяются на 2 группы: стратегические – те, что обеспечивают получение доходов и повышение прибыльности и нестратегические – операционные расходы, которые обеспечивают процесс работы, но не приносят прямого дохода.

При этом задача состоит в том, чтобы превзойти конкурентов по уровню стратегических расходов, обеспечивая при этом расходы при любой конъюнктуре, и максимально уменьшать нестратегические расходы, приведя их к абсолютному минимуму.

Экономии можно начать с жесткого регулирования отношений с поставщиками товаров и услуг. Если в фирме эти затраты (на покупаемые товары и услуги) составляют 50% общих затрат и удастся сократить их на 8%, то при этом как минимум на 4% увеличатся итоговые строки отчета о прибыли и убытках [5].

Некоторые статьи расходов, являющиеся необходимыми, не стоит включать в бюджет. Деньги по этим статьям следует выделять после консультации лично с руководителем, требуя при этом от сотрудников весомых обоснований каждой статьи расходов.

Многие работники склонны потреблять, выделяемые фирмой средства анонимно. Эти средства представляют собой административные расходы, которые отражаются в отчете о финансовых результатах предприятия. Усложнив процедуру получения санкций на дополнительные административные затраты, можно безошибочно отделить необходимые траты от непроизводительных.

Каждая статья расходов должна подтверждать свою необходимость.

Очень важно не просто сократить расходы, а максимизировать отдачу на каждую потраченную денежную единицу.

Говоря о прибыли, стоит упомянуть о таком важном понятии, как конкуренция. Главная цель конкуренции – борьба за получение возможно большей прибыли.

Конкуренция возникает в том случае, если на одном и том же рынке продается много схожих по своим потребительским свойствам товаров. Основной задачей является удовлетворение спроса потребителей.

Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях [4].

Цель организации, которая заинтересована в получении максимальной прибыли, состоит вовсе не в том, чтобы сделать свою продукцию оригинальной,

а в том, чтобы обеспечить те качества товара, за которые потребители готовы платить.

Стоимость добавляется изделию в течение всего времени его создания, в то время как ценность добавляется изделию лишь тогда, когда его свойства приближаются к необходимым для клиента. Отсюда можно сделать вывод: необходимо сокращать время операций, сокращать их удельную стоимость, а также, по возможности, избавляться от операций, добавляющих стоимость, но не добавляющих ценность. Перегружая свою продукцию излишними деталями и особенностями, которые повышают ее стоимость, производитель заставляет потенциального покупателя платить за то, что не представляет никакой необходимости для него.

Например, Honda, чьи автомобили имеют всего два вида комплектации и четыре основных цвета, одержала победу в конкурентной борьбе с компанией General Motors, выпускающей автомобили множества модификаций, бесконечного количества цветов, с двигателями различных типов, радиоприемниками, сиденьями и всевозможными аксессуарами. Все это повысило затраты на сборку автомобилей и усложнило их обслуживание. Honda исключила непроизводительные затраты на разнообразие, часть сэкономленных средств составила сверхприбыль, а остальные средства возвратились к клиентам в виде высококачественной стандартно укомплектованной продукции [5, с.29-32].

Анализ затрат и поиск способов сокращения издержек необходимо проводить в каждой организации систематически по каждой статье затрат отдельно [1].

ВЫВОДЫ

Информация в данной статье показывает, что прибыль является составным элементом рыночных отношений. Она играет важную роль в формировании доходов бюджета и создании финансовых средств предприятий. Прибыль не является гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в тот или иной вид бизнеса. Она является результатом только умелого и успешного осуществления этого бизнеса.

Список использованных источников:

1. Альбеков А.У. Экономика коммерческого предприятия. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2002. – 448с.
2. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. – Москва: Экономика, 2006. – 325с.
3. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учебник – Москва: Экономика, - 2000. – 344с.
4. Митрофанова М.А. Пути усиления стимулирующей функции налога на прибыль. Налоги и налогообложение. – Москва: 2008. №5 – 30–34с.
5. Файфер Б. Издержки – вниз, продажи – вверх. 78 проверенных способов увеличить вашу прибыль. – Москва: МИФ. – 2009.

СМОЛІНСЬКИЙ

Валентин Броніславович
vsmolinski@ukr.net

УДК 330.341.1

ІННОВАЦІЇ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІINNOVATIONS IN AGRICULTURAL SECTOR: FOREIGN EXPERIENCE
AND PROSPECTS FOR USE IN UKRAINEк.е.н., доцент, Львівський
національний аграрний
університет

В статті подано зарубіжний досвід розвитку інновацій у сфері підприємницької діяльності в аграрній сфері. Наведено приклади забезпечення здійснення інноваційної діяльності у розвинутих країнах. Обґрунтовано розвиток інноваційної діяльності в аграрній сфері України на основі застосування зарубіжного досвіду та вітчизняних наукових надбань.

В статье дан зарубежный опыт развития инноваций в сфере предпринимательской деятельности. Предложены примеры обеспечения реализации инвестиционной деятельности в развитых странах. Обосновано развитие инновационной деятельности в аграрной сфере Украины на основе внедрения зарубежного опыта и отечественных научных соисканий.

The article deals with foreign experience of innovation development in entrepreneur sphere. Examples of innovative activity realization in progressive states are done. Development of innovation activity in agrarian sphere of Ukraine on a base of foreign experience using and national scientific wishes is grounded.

Ключові слова: інноваційна діяльність, управління, зарубіжний досвід, держава

Keywords: innovative activity, management, foreign experience, state

Ключевые слова: инновационная деятельность, управление, зарубежный опыт, государство

ВСТУП

На шляху до розвитку економіки України на ринкових засадах господарювання слід застосовувати кращі надбання науково-технічного прогресу у всіх галузях народного господарства, використовувати здобутки розвинутих країн. Проте на сьогодні закордонний досвід або не використовується взагалі, або використовується бездумно і нерационально. Тому важливо визначити можливості адаптації закордонного досвіду в економіці України, зокрема в аграрному секторі економіки, особливо в контексті впровадження у ньому інновацій.

Інноваційна політика України ґрунтується на Законі України "Про інноваційну діяльність" [4], де дається визначення інновацій та основні засади їх впровадження в Україні. Теорія та методологія інновацій були розглянуті ще у працях М. Кондрат'єва, Й. Шумпетера, М. Туган-Барановського, Дж. Кларка та ін. На даний час дослідженню проблем застосування інновацій присвячено чимало праць. Так, усвідомлення значимості інноваційних перетворень в державі привертає до даної проблеми інтерес таких науковців як В. Александрова, О. Амоші, В. Геєць, О. Дацій, В. Євтушевський, М. Зубець, С. Ілляшенко, М. Пашута, С. Пирожков, Л. Федулова та ін. Їх дослідження присвячені розробці національної інноваційної моделі розвитку, оцінці і мобілізації інноваційного потенціалу країни, підвищенню інноваційної активності вітчизняних підприємств.

Проте все ж багато залишається нерозкритих питань, які стосуються використання закордонного досвіду щодо впровадження інновацій в економіку України, зокрема в аграрний сектор, що визначає актуальність досліджень цього напрямку.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні особливостей інноваційної діяльності суб'єктів в аграрній сфері за кордоном і можливостей адаптації цього досвіду в Україні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є нормативно-правові акти, наукові праці, матеріали періодичних видань та ресурси Internet.

При написанні статті використано монографічний та порівняльний методи, які разом з методом абстрагування дозволили зробити узагальнення, здійсненні в процесі наукового дослідження.

РЕЗУЛЬТАТИ

Інноваційна активність являє собою цілеспрямовану діяльність щодо створення, впровадження у виробництві та просування на ринок нових ефективних продуктів, науково-технологічних та організаційно-управлінських досягнень НТР, які приносять прибуток. Інновація повинна бути такою, щоб не тільки викликати потребу у створенні нового продукту, але й надавати фінансову можливість здійснювати подальші нововведення після його реалізації. Проте остаточну оцінку ефективності інновації дає ринок, споживач.

Відповідно до Закону України "Про інноваційну діяльність" основними принципами державної інноваційної політики є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку й використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності [4].

Очевидно, що посилення інноваційної активності в Україні повинне займати центральне місце в реалізації державної економічної політики в аграрній сфері. Однак інноваційний бізнес в країні до сих пір розвинений слабо. Достатньо відзначити, що в реаліях сьогодення кількість інноваційно активних організацій, що здійснюють технологічні інвестиції, складає всього 0,4-0,5 % від їх загальної кількості. Ще гірше становище в агропродовольчому комплексі – лише 0,1-0,2%. Зокрема, не отримують належного розвитку такі прогресивні види інноваційної активності, як дослідження та розробки, покупка високотехнологічних сільськогосподарських машин і устаткування, нових агротехнологій, придбання прав на патенти і ліцензії [3].

Основним джерелом фінансування інновацій в Україні стали власні кошти підприємств. Але помітною стала негативна тенденція до скорочення частки інноваційно-активних підприємств у загальній кількості. У той же час цей показник у США, Японії, Німеччині, Франції становить 70-82 % [6]. Тому для України корисним може стати досвід інших країн, які активно використовують фондові механізми формування коштів для фінансування інноваційних проектів.

У розвинутих країнах до 90% приросту ВВП припадає на виробництво наукоємної продукції. В Україні ж сировинна складова у структурі виробництва і експорту перевищує 60%. Частка України у світовому ринку високотехнологічної

продукції, який оцінюється в 2,5-3 трлн. дол. США, становить близько 0,1% [2]. Тому щоб Україні, щоб зайняти гідне місце у міжнародній спільноті, необхідно відновити національний науково-технічний потенціал.

За інтенсивністю інноваційної політики держави всі країни можна поділити на три групи:

- перша група характеризується високим ступенем лібералізації відносин в економічній сфері, роль управління держави мінімальна. Яскравими представниками такої політики є США і Великобританія.

- другій групі властива концепція активного втручання держави, і серед представників цієї групи – Франція і Японія.

- до третьої групи увійшли представники змиваного варіанту перших двох груп [5].

Явним лідером в розвитку інноваційних процесів нині виступають США. Одним із головних завдань, які ставлять перед собою США, є забезпечення світового лідерства у сфері високих технологій. Головним напрямом інноваційної політики США є непрямі методи, що виражаються загалом у податковому стимулюванні. В США система податкових пільг була створена ще в 1981 році і з тих пір успішно функціонує. Зокрема, одним з методів, що досить успішно використовуються в США в стимулюванні інноваційного підприємництва, виступає податковий кредит. Досвід США доводить, що, використовуючи механізм податкового кредиту, держава виступає в ролі стратегічного інвестора і заохочує інноваційну активність підприємництва.

Не менш цікавим є досвід інноваційної політики Японії. Ця країна розробляє загальні напрями розвитку економіки країни на перспективу (5-10 років), найчастіше приймаються п'ятирічні плани. Ці програми визначають не тільки конкретну мету економічного розвитку на певний період, а й загальнонаціональні політичні орієнтири, що імпонують народові. Важливою особливістю складання програм економічного розвитку є залучення до їх створення представників найрізноманітніших організацій та об'єднань. Прийняті програми впливають на розробку річних державних бюджетів, де враховуються їх планові показники.

Приватний сектор практично не отримує прямої державної підтримки, з бюджету фінансуються НДДКР в університетах та деяких компаніях. Приватний сектор отримує підтримку переважно у вигляді податкових пільг. В Японії використовують податковий кредит і максимальна ставка приросту – 20%.

В Європі представником швидкого економічного розвитку є Ірландія. З 1994 року ірландська економіка стала рости дуже швидко. Тільки за період Лісабонської програми реформ (2005-2007) середні темпи зростання складають 5,03% ВВП (4,9% ВВП). Загальна стратегія розвитку країни сфокусована на підтримці бюджетної стабільності і збереженні конкурентоспроможності. Пріоритетом державної політики є розвиток технологій. Основними галузями

є програмне забезпечення, електронна промисловість, інформаційні послуги і телекомунікації.

Ірландська структурна політика прагнула розвивати ефективні ринки за допомогою заохочення змагання в мережевій індустрії та ринках капіталу, а також шляхом збільшення інвестицій в інновації за допомогою введення податкових кредитів для зростаючих витрат на НДДКР і надання коштів для здійснення НДДКР [5].

Слід зауважити, що Україні не можна лише копіювати чужу стратегію розвитку. Державі слід скоротити кількість пріоритетних напрямів економічного розвитку, при цьому акцент слід зробити на галузях з великим потенціалом розвитку, зокрема галузі сільського господарства. Так, враховуючи сприятливі природні умови нашої країни, у довгостроковій перспективі було б вигідно займатися сільським господарством із залученням сучасного наукового напрямку – біотехнології. Таким чином, ми могли б реалізувати наші переваги, привівши в порядок чорноземи, і залишити Європу в цій конкурентній боротьбі далеко позаду. Розробка і впровадження нових біотехнологій вже дозволили створити нові види високоякісних сортів озимої пшениці, жита, кукурудзи, сої, деяких сортів плодівих культур.

Слід зазначити, що головним бар'єром для технологічного прориву в Україні є недолік фінансування інноваційної сфери. Крім того, відсутня політична воля керівництва держави здійснювати прорив у «невигідних галузях економіки», до яких традиційно відносять сільське господарство.

ВИСНОВКИ

Жодна з розвинутих країн, котрі у певному періоді свого розвитку використовували зарубіжні науково-технологічні розробки для здійснення інновацій у власній економіці, не робила цього за

рахунок нищення власного наукового потенціалу. Всі вони виходили з розуміння того, що без національної науки справжнього прогресу досягти неможливо. Імітаційна стратегія може бути успішною лише за умови додавання до використовуваного оригіналу нових технологічних і споживчих якостей. Отже, використання закордонного досвіду впровадження інновацій в економіку України та в аграрний сектор зокрема необхідно поєднувати із національними особливостями розвитку народного господарства та вміло генерувати досягнення вітчизняних і зарубіжних науковців для підвищення ефективності господарювання суб'єктів аграрної сфери.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Світові тенденції розвитку інноваційного підприємництва / О.А. Біловодська // Проблеми науки. - 2003. - № 5. - С.16-24.
2. Матвієнко П.В. Як захистити незалежність України / П.В. Матвієнко. - К.: Наукова думка, 2006. - 208 с.
3. Покотилова В.І. Інноваційний розвиток аграрного сектора в умовах НТР – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2009_03_05/1_pokotilova.htm
4. Про інноваційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради. - 2002. - № 36. - С. 266.
5. Тарасенко Т.В. Досвід упровадження урядових програм інноваційного розвитку / Т.В. Тарасенко, С.І. Архієреєв. - Х. : Золоті сторінки, 2007. - 96 с.
6. Шмігельська З.К. Зарубіжний досвід управління інноваційною діяльністю малих і середніх підприємств та можливості його адаптації в ринковій економіці України / З.К. Шмігельська // Стратегічні пріоритети. - №2(3). - 2007 р. - С.119-128.

ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ НА АУДИТОРСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСТАНОВИ КАБМІНУ № 390
ВІД 04 ЧЕРВНЯ 2015 РОКУ

Кабінет Міністрів України 04 червня 2015 року прийняв Постанову № 390 «Деякі питання проведення аудиту фінансової звітності суб'єктів господарювання державного сектору економіки» (надалі Постанова).

Антимонопольним комітетом України визнано дану Постанову як таку, що створює суттєве обмеження конкуренції на ринку аудиторських послуг України та необґрунтоване збільшення витрат державних коштів на оплату аудиторських послуг (лист від 01.03.2016 № 130-29/08-2048). Крім того, Постанова прямо суперечить чинному законодавству та сприяє незаконному відмиванню коштів державного бюджету.

На даний час в Окружному адміністративному суді міста Києва розглядається справа за позовом аудиторських фірм ПрАТ «Аудиторська фірма «Аналітик», ТОВ «Аудиторська фірма «Актив-Аудит», ТОВ «КИЇВАУДИТ», ТОВ «АФ «ПКФ АУДИТ-ФІНАНСИ», АФ ТОВ «КОНСАЛТІНГ ЛТД», ТОВ «АФ «АНАЛІТИК – ПАРТНЕРИ» до Кабінету Міністрів України з вимогами щодо скасування Постанови.

У чому ж саме полягає незаконність даної Постанови та її дискримінаційний характер аудиторів?

Даною Постановою встановлюється вимога щодо проведення обов'язкового аудиту суб'єктів державного сектору економіки двох категорій, що підпадають під наступні ознаки:

1) **Перша група:** суб'єкти вартість активів яких згідно з даними фінансової звітності за останній звітний рік перевищує 2 млрд. гривень або розмір чистого доходу яких за останній звітний рік перевищує 1,5 млрд. гривень, а також Укрзалізниця;

2) **Друга група** є суб'єкти вартість активів яких згідно з даними фінансової звітності за останній звітний рік перевищує 250 млн. гривень, крім суб'єктів господарювання першої групи.

Цією ж Постановою встановлені вимоги до аудиторських фірм, які можуть проводити аудит зазначених категорій.

А саме, до проведення аудиту фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності суб'єктів господарювання **першої групи** можуть залучатися аудиторські фірми, які відповідають таким критеріям:

- аудиторська фірма включена до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів;

- наявність в аудиторської фірми (або в єдиної мережі аудиторських фірм, у тому числі за межами України, до якої входить дана аудиторська фірма) досвіду надання аудиторських послуг суб'єктам господарювання відповідної галузі, зокрема здійснення не менше двох завдань з аудиту або інших аудиторських послуг для суб'єктів

господарювання відповідної галузі протягом останніх трьох років;

- наявність у складі аудиторської фірми не менш як 100 працівників, які безпосередньо залучені до надання аудиторських послуг і працюють на умовах повної зайнятості та з якими укладений трудовий договір; при цьому не менш як п'ять працівників повинні мати сертифікат, що визначає їх кваліфікаційну придатність на заняття аудиторською діяльністю на території України, та не менш як 15 працівників повинні мати принаймні один документ, що засвідчує проходження повної програми сертифікації, виданий однією з організацій, що є членом Міжнародної федерації бухгалтерів (IFAC), а саме Асоціацією присяжних сертифікованих бухгалтерів (ACCA), Американським інститутом сертифікованих громадських бухгалтерів (AICPA), Інститутом присяжних бухгалтерів Англії і Уельсу (ICAEW);

- щорічний дохід аудиторської фірми протягом останніх трьох років становить не менш як 30 млн. гривень;

- наявність договору страхування відповідальності перед третіми особами (щодо відшкодування можливих збитків у зв'язку із провадженням професійної діяльності на суму не менш як 50 млн. гривень).

До проведення аудиту фінансової звітності або консолідованої фінансової звітності суб'єктів господарювання **другої групи**, згідно затверджених критеріїв, можуть залучатися аудиторські фірми, які відповідають таким критеріям:

- аудиторська фірма включена до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів;

- наявність в аудиторської фірми (або в єдиної мережі аудиторських фірм, у тому числі за межами України, до якої входить дана аудиторська фірма) досвіду надання аудиторських послуг суб'єктам господарювання відповідної галузі, зокрема здійснення не менше двох завдань з аудиту або інших аудиторських послуг для суб'єктів господарювання відповідної галузі протягом останніх трьох років;

- наявність у складі аудиторської фірми не менш як 10 працівників, які безпосередньо залучені до надання аудиторських послуг і працюють на умовах повної зайнятості та з якими укладений трудовий договір; при цьому, не менш як три працівники повинні мати сертифікат, що визначає їх кваліфікаційну придатність на заняття аудиторською діяльністю на території України;

- щорічний дохід аудиторської фірми протягом останніх трьох років становить не менш як 3 млн. гривень;

- наявність договору страхування відповідальності перед третіми особами (щодо відшкодування можливих збитків у зв'язку з

провадженням професійної діяльності на суму не менш як 10 млн. гривень).

Як з'ясувалося на практиці, критеріям першої групи відповідають **всього чотири аудиторські фірми** - ПрАТ «ДЕЛОЙТ ЕНД ТУШ ЮСК», ТОВ «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС», ТОВ «ЕРНСТ ЕНД ЯНГ АУДИТОРСЬКІ ПОСЛУГИ» та ПрАТ «КПМГ АУДИТ». Назви даних фірм є похідними від назв транснаціональних аудиторських фірм «Великої четвірки». У загальновідомому вжитку, всупереч світовій практиці, зазначені фірми іменуються «міжнародними аудиторськими фірмами».

Відповідно до критеріїв другої групи суб'єктів господарювання до аудиту цих суб'єктів **може бути залучено не більше 14 аудиторських фірм**, в тому числі і фірми так званої вище зазначеної «Великої четвірки».

У той же час, згідно реєстру аудиторських фірм і аудиторів України на ринку аудиторських послуг **функціонує близько трьохсот аудиторських фірм, які пройшли контроль якості і мають право на проведення обов'язкового аудиту в Україні**, а всього в офіційному Реєстрі значиться **більше 1200 аудиторських фірм**.

Встановлення для аудиторських фірм саме таких критеріїв є абсолютно нераціональним, і ніяким чином не має відношення до якості аудиторських послуг.

Саме собою зрозуміло, що перевірка одного, двох, навіть п'яти підприємств державного сектору економіки не потребує залучення аж 100 (сто) працівників, тим паче, що із 100 таких працівників тільки 5 повинні мати сертифікат аудитора України. Наведені в критеріях сертифікати IFAC, AICPA, ICAEW не мають прямої юрисдикції в інших країнах і не дають безумовне право на проведення аудиту в Україні. **Такі сертифікати притаманні так званим міжнародним аудиторським фірмам «Великої четвірки».** Сума отриманого доходу також у жодному разі не може бути ознакою, яка свідчить про рівень кваліфікації аудиторів та їх професіоналізм.

Таким чином, вимоги до аудиторських фірм, що містяться у вищезазначеній Постанові, є дискримінаційними та істотно звужують коло суб'єктів, що мають право на проведення аудиту фінансової звітності деяких суб'єктів господарювання державного сектору.

Більше того, **Постанова прямо суперечить нормам Закону України «Про аудиторську діяльність».** Статтею 8 даного Закону встановлюється, що **випадки обов'язкового аудиту можуть бути передбачені лише законами України.** Постанова ж є підзаконним правовим актом, і не може сама по собі встановлювати додаткові випадки проведення обов'язкового аудиту.

Доречно звернути увагу також на те, що у структурі органів державної влади функціонує **Державна аудиторська служба України**, до основних завдань якої відповідно до до ст. 2 Закону України «Про основні засади здійснення державного

фінансового контролю в Україні» віднесене здійснення контролю за фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання державного сектору економіки.

З наведеного випливає, що **практична реалізація положень Постанови призведе не тільки до монополізації ринку аудиторських послуг в Україні, а також до надмірного нераціонального використання бюджетних коштів на контроль за фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання державного сектору економіки.** З одного боку, бюджетні кошти витрачаються на утримання Державної аудиторської служби України, а з іншого боку – на аудиторські послуги згідно Постанови.

Питання прийняття Постанови вже неодноразово обговорювалося на різноманітних заходах аудиторської спільноти. **Аудиторами одностайно висловлено думку про дискримінаційний характер Постанови.**

У прес-центрі інформаційного агентства ЛігаБізнесІнформ 21 липня 2015 року відбувся **круглий стіл на тему «Монополізація аудиторського ринку України: приховані загрози»** (режим доступу <http://www.apu.com.ua/event/854-krugluy-stil>). Постанову № 390 визнано учасниками круглого столу однією із загроз існування ринку незалежного аудиту. **Голова Аудиторської палати України Нестеренко Іван Іванович** при відкритті круглого столу наголосив: *«Чи не вперше за всю історію незалежної України професійна спільнота аудиторів стоїть на межі виживання».* **Олександр Кіриш**, народний депутат України, член Комітету Верховної Ради України з питань податкової та митної політики підтримав думку щодо дискримінаційного характеру Постанови №390 та зазначив, що цією постановою Уряд порушує принцип рівноправності підприємств при наданні аудиторських послуг, відверто лобіюючи інтереси лише аудиторських фірм «великої четвірки». Учасники круглого столу звернули увагу на **антиконкурентні узгоджені дії з боку аудиторських фірм «Великої четвірки», підтвердженням чого стали листи одного і того ж змісту, які ці компанії надіслали на адресу Київської міської державної адміністрації з пропозицією встановити подібні критерії для проведення аудиту великих муніципальних підприємств.**

На конференції **«Реформи у сфері обліку та аудиту в Україні – європейське майбутнє»**, що відбулася 13 квітня 2016 року, заступник Міністра фінансів України **Макеєва О.Л.** зазначила, що Міністерство фінансів України надавало до Кабінету Міністрів України заперечення стосовно Постанови КМУ № 390 щодо встановлення дискримінаційних критеріїв підприємств державного сектору економіки.

Юрисконсульт
Аудиторської фірми «Аналітик»
Анна Туманян
(066) 059-61-02
ao.tumanian@gmail.com