

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

**АСПЕКТИ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ РИНКОВИХ
ВІДНОСИН**

МАТЕРІАЛИ X МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Частина I

м. Умань

21-22 квітня 2016 р.

Умань

Видавець «Сочіський М. М.»

2016

УДК 330(06.1)
ББК 65я431
А90

*Рекомендована до друку вченою радою
Уманського національного університету садівництва
(протокол №4 від 22.02.2016 року)*

Редакційна колегія:

- О.О. Непочатенко – доктор економічних наук (відповідальний редактор);
Ю.О. Несгерчук – доктор економічних наук (заступник відповідального редактора);
Н.О. Вернюк – кандидат економічних наук;
В.С. Уланчук – доктор економічних наук;
О.О. Школьнік – доктор економічних наук;
А.М. Шагохін – доктор соціологічних наук;
Л.В. Транченко – доктор економічних наук;
Р.П. Мудрак – доктор економічних наук;
Д.К. Семенда – кандидат економічних наук;
В.С. Костюк – кандидат економічних наук;
Б.С. Гузар – кандидат економічних наук;
Г.П. Прокоф'єв – кандидат філологічних наук;
С.М. Прилишко – кандидат економічних наук;
О.В. Гринчак – кандидат технічних наук;
М.І. Мальований – кандидат економічних наук (відповідальний секретар)

Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин
А90 матер. X Міжнар. наук.-практ. конф., м. Умань, 21-22 квітня 2016 р.,
у 2 ч. – Умань: Видавець «Сочінський М. М.», 2016.

ISBN 978-966-304-152-0

Ч. 1 / відп. ред. Непочатенко О. О. – 2016. – 176 с.

ISBN 978-966-304-153-7

Збірник містить доповіді студентів, магістрів, викладачів та вчених, які були ринку та утні на X Міжнародній науково-практичній конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин», що відбулася 21-22 квітня 2016 року в м. Умань. У наукових матеріалах висвітлюються питання стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників та фахівців, які займаються питаннями розвитку економіки.

УДК 330(06.1)
ББК 65я431

ISBN 978-966-304-152-0
ISBN 978-966-304-153-7

© Уманський національний
університет садівництва, 2016

ЗМІСТ

Аверчев О.В., Аверчева Н.О. Сучасний стан виробництва та реалізації ринку в умовах Причорноморського степу України	7
Альошкіна Л.П. Напрями формування стратегії маркетингового менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства	8
Апіщенко Г.Ю. Облікові аспекти формування економічної інформації та порядок використання рахунків бухгалтерського обліку	10
Балабаш О.С. Моніторинг стійкого розвитку Кремендівської виробничої дільниці Одеського зернового терміналу ДПЗКУ	12
Барабаш Л.В. Еволюція фінансового ринку України	14
Бечко В.П., Капійчук І.М. Удосконалення системи вибору та формування структури джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства кондитерської промисловості	6
Бечко Я.В. Цілі навчання української мови як іноземної у світі сучасного компетентнісного підходу	18
Бленда Н.О. Проблеми розвитку галузі скотарства	20
Бобко В.В. Проблеми та перспективи впровадження МСФЗ в аграрному секторі економіки	21
Боднар О.Я. Удосконалення механізму державного регулювання розвитку агропромислового виробництва	23
Бондаренко Н.В., Циток А.А. Особливості банківського кредитування підприємств АПК	24
Боровик П.М., Сліпченко В.В. Стимулюючі властивості ПДВ для аграрного бізнесу	26
Бреус С.В. Загрози економічній безпеці вищих навчальних закладів у контексті основних тенденцій ринку праці	27
Бурик А.Ф. Удосконалення економічних взаємовідносин сільського господарства з іншими галузями народного господарства та державою	30
Бутяло І.А. Розвиток орендних відносин в аграрній сфері у зв'язку із реформуванням регулювання земельних відносин	32
Василенко О.П. Система оцінки ефективності управлінської діяльності в аграрних формуваннях	33
Васялик О.Б. Роль художнього слова в екологічному вихованні сучасного суспільства	35
Васильчук С.В., Галаченко О.О. Маркетинг як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств	36
Вернюк Н.О. Диверсифікація виробничої діяльності як засіб підвищення ефективності аграрних підприємств	38
Власюк С.А. Сучасні інструменти фінансового забезпечення сільськогосподарських товаровиробників	40
Власюк С.А., Рашкован Ю.С. Теоретичні аспекти непрямого оподаткування суб'єктів господарювання	42
Власюк С.А., Стойченко А.В. Сучасний стан кредитування населення на споживчі потреби	43
Гарбар О.П. Громадська робота професора С.С. Рубіна в Уманському сільськогосподарському інституті	45

Корсун А.С. Проблеми формування лінгвістичних відносин в підприємствах аграрного сектору	137
Корюгін А.В. Перспективи та проблеми розвитку АПК України в умовах євроінтеграції	138
Костюк М.В. Рекреаційно-туристичні ресурси Рівненщини: архітектурно-історичні, природні, латентні	140
Костюк В.С. Європейський досвід соціальної підтримки сімей з дітьми	142
Кравченко В.О. Управління змінами в організаційній культурі підприємства	144
Кравчук І.О. Використання відеоматеріалів для формування комунікативної компетенції з англійської мови	145
Крочак О.І. Проблеми управління витратами основної діяльності сільськогосподарських підприємств	146
Кустріч Л.О. Підвищення вимог до публічних службовців як умова ефективної діяльності органів державної влади	147
Кутах К.М. Ліквідація яловичих корів – один з основних резервів підвищення їх молочної продуктивності	149
Кучеренко І.С. Деякі аспекти розвитку системи бухгалтерського обліку	150
Кучинка Т.В. Причини та наслідки циклічності економічного розвитку	152
Лазарєв О.В. Історичний розвиток латини як мови агробіологічної номенклатури	154
Лемешенко Н.М., Буртий О.І. Розвиток аграрних підприємств Черкаської області	156
Лубенченко О.Е. Планування аудиту фінансових звітів, що складені у відповідності до міжнародних стандартів	159
Мазур Ю.П. Тенденції розвитку аграрного маркетингу	161
Макушок О.В. Аналіз маркетингової середовища сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу	162
Малень С.С. Податкове регулювання інноваційних процесів	164
Мальований М.І. Стан та тенденції бюджетного фінансування соціального забезпечення в Україні	165
Малюк Л.М. Формування стратегії розвитку в умовах конкуренції	167
Марін Б.М. Перспективи застосування динамічних імітаційних моделей в управлінні фінансовими процесами підприємства	170
Марков Р.В., Ковіров А.В. FADN як інформаційна складова системи управління фінансовою безпекою аграрного бізнесу	171
Матвійчук Н.П. Глобалізація сучасної економіки	173

Сучасний стан виробництва та реалізації рису в умовах Причорноморського степу України

Аверчев О.В., доктор с-г наук, професор;

Аверчева Н.О., к.с.н., доцент,

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

Стратегічним напрямом розвитку аграрного сектора й економіки України є розширення площ посівів рису, підвищення врожайності, збільшення виробництва та підвищення його ефективності.

В Причорноморському степу України рисівництво, як унікальна галузь зрошувального землеробства, є структурною одиницею агропромислового комплексу, яка вирізняється власними особливостями організаційно – економічного характеру. Рис в Україні почали культивувати ще в тридцять роки минулого століття, що було зумовлено потребою залучити в сільськогосподарське виробництво малопродуктивні маселені землі причорноморської низовини в Херсонській та Одеській областях, а також у Криму.

Херсонська область має всі необхідні умови для розвитку галузі рисівництва. Потужний земельно – ресурсний потенціал, сприятливі природно – кліматичні умови наявність рисових зрошувальних систем, наявність наукового потенціалу (ХДАУ, Інститут рису та ІЗ НААНУ) створюють всі передумови ефективного розвитку галузі рисівництва.

За умови впровадження в виробництво новітніх елементів технологій вирощування рису, Херсонська область та Україна в цілому, задовольнити попит на рисову крупу до 80 – 90 відсотків. З метою аналізу сучасного стану ефективності виробництва рису в Херсонській області, нами і були проведенні дослідження.

В вітчизняній та іноземній літературі є достатня кількість інформації щодо економічної ефективності вирощування рису в різних агрокліматичних зонах. Але інформації, щодо сучасного становища економічної ефективності вирощування рису представлені в неовній мірі.

Розрахунок економічних показників виробництва і реалізації рису показав, що за останні три роки при зменшенні обсягів виробництва на 20 % витрати на вирощування рису щорічно зростають. Виробнича собівартість вирощеного черня становить у 2014 р. 97559,4 тис. грн або на 56,2 % більше порівняно з 2012 р. Тому питомі витрати на виробництво 1 ц продукції і 1 га посівних площ також зростають, тому що вони не відшкодовуються приростом вирощеної продукції.

Але обсяги реалізації рису зменшилися на 33,2 % - від 22,9 тис. т до 15,3 тис. т. Зменшилася відповідно і комерційна собівартість реалізованої продукції – від 47670,7 тис. грн до 45217,9 тис. грн, або на 5,1 %. Виручка від реалізації при цьому зростає на 33,9 % - від 53879 до 72164 тис. грн.

За результатами реалізації продукції у 2012-2014 рр. виробники одержують прибуток в розмірі 6208, 9693 та 26946,3 тис. грн. Загальна сума прибутку зростає у 4,3 рази. У 2014 р. були більш сприятливі умови ринкової реалізації продукції, що дозволило отримати прибутки на рівні 175,98 грн / ц – у 6,5 рази більше. За статистичними даними у 2014 р. в Херсонській області вирощували рис 9 підприємств, лише 1 з них отримало збитки. У 2013 р. 12 підприємств вирощували

рис, 10 з них працювали прибутково.

З огляду на те, що тенденцію до зниження виробництва рису подолано і ситуація щодо позитивних перспектив розвитку галузі вимагає певного часу, найактуальнішим питанням стає швидке створення умов для стимулювання виробництва рису в Україні. Це завдання слід жорстко пов'язати з вирішенням питання про повноправну приватну власність та оренду землі, розвитком цивілізованого біржового ринку прозорого механізму ціноутворення, адресною підтримкою товаровиробників.

Одним із важливих заходів є порушення та оптимізації водоподачі з метою раціонального використання зрошувальної води, мінімізації непродуктивних скидів ресурсозбереження і охорони природи. Тому перед науковцями Херсонського Державного аграрного університету було поставлене завдання - пошук альтернатив традиційному вирощуванню рису з затопленням чеків.

Одним із заходів, щодо раціонального використання водних та енергетичних ресурсів є впровадження в сільськогосподарське виробництво крапельного зрошення. Оптимізацію водного та поживного режимів ґрунтів за рахунок краплинного зрошення дозволяють отримувати високі рівні врожайності за одночасної мінімізації питомих витрат на одиницю продукції.

Напрями формування стратегії маркетингового менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємства

**Альошкіна Л.П., к.е.н., доцент
Уманський національний університет садівництва**

В сучасних умовах господарювання необхідною складовою успіху підприємства зростання його конкурентоспроможності є орієнтація на прийняття концепції маркетингу, яка встановлює перевагу ринкових вимог споживача над виробником.

Маркетинговий менеджмент – це процес, основними складовими якого є аналіз, планування, реалізація планів і контроль за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення, зміцнення і підтримання взаємовигідних обмінів з цільовими ринками для досягнення цілей.

Концепція маркетингового управління підприємством передбачає обґрунтований вибір ефективних каналів збуту своєї продукції і використання гнучкої системи товароруху, при якій виробник самостійно вибирає один із альтернативних шляхів виведення товарів на ринок.

Переорієнтація підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності на маркетинг вимагає від нього реалізації трьох груп заходів:

- організаційних (внесення відповідних змін в структуру і методи управління підприємством);
- адміністративно-правових (адміністративне закріплення створених функціональних відділів і служб, розробка положення про кожний відділ, штатного розпису, розподіл обов'язків між робітниками, внесення відповідних змін в Статут підприємства);
- науково-методичних (розробка рекомендацій щодо здійснення маркетингової діяльності).

Для ефективнішої роботи підприємства необхідно відокремити відділ маркетингу

від відділу постачання і збуту, який би узяв на себе частину діяльності служби збуту по вивченню цін на аналогічну продукцію підприємств-конкурентів, а також здійснював маркетингову діяльність по просуванню товару і розробці стратегій і планів маркетингу.

При виборі каналів руху товарів основною умовою є його доступність для виробника. Для досягнення комерційного успіху при використанні того чи іншого каналу руху товарів потрібно ретельно проаналізувати всі фінансові питання. Порівняльна оцінка вартості окремих каналів збуту повинна також погоджуватись з перспективами росту обсягів реалізації товарів підприємства.

При дослідженні вибору найкращого рішення в межах логістичної системи на базі її функціонування буде здійснення мінімізації змінних витрат та оптимізації постійних витрат в сфері товарообігу з метою отримання максимального прибутку підприємством.

Оптимізація витрат є важливим напрямком удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства.

Загалом, здійснення маркетингових комунікацій повинно ретельно плануватись. До цього процесу мають бути залучені підрозділи маркетингу, реклами, збуту. Лише цьому випадку підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності може отримати бажаний ефект та поліпшити процес маркетингового управління. Таке планування повинно здійснюватись із врахуванням комунікаційної моделі та поведінки споживача.

Це одним надзвичайно важливим кроком у вдосконаленні збутової діяльності підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності є використання новітніх технологій для просування продукції на ринок. В найближчий час маркетологам прийдеється суттєво переглянути інструментарій, який допомагає їм доносити повідомлення до споживачів.

Формування маркетингової стратегії – це центральна ланка між цілями маркетингової діяльності і оперативними заходами діючого і реагуючого характеру. Стратегія виступає як генеральна програма дій, яка виявляє пріоритетні проблеми у маркетинговій діяльності підприємства і ресурси для досягнення поставлених цілей.

Завдяки правильному обраній чи розробленій стратегії забезпечується успіх підприємства на ринку і конкретизуються засоби досягнення цілей, тобто тактики маркетингу. Тактика виступає як засіб реалізації стратегії підприємства, як сукупність конкретних заходів маркетингової діяльності.

Також, необхідно застосувати ряд заходів, що відносяться не тільки до збуту продукції, а й до підвищення функціонування всієї організації:

1. На нашу думку підприємство-суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності повинно залучати більше інвестицій і вкладати їх у покращення умов виробництва і вдосконалення засобів праці.
2. Залучати більше коло професійних юристів різного профілю для аналізу зовнішньоторговельних контрактів. Це дасть змогу краще вивчати особливості роботи з фірмами конкретних країн та можливості просування продукції підприємства у нові регіони.
3. Ширше використовувати акредитиви та подібні форми розрахунків при ввезенні дорогого обладнання з-за кордону.
4. Підприємству необхідно виділяти більше коштів для проведення торгових