

систему у відповідності з індивідуальними особливостями підприємства.

Висновки. Очевидно, що організація обліково-аналітичних процедур отримання інформації повинна бути покладена в основу формування інформаційного забезпечення управлінської ланки підприємства, яка дозволяла б керівництву грамотно і оперативно формувати управлінські рішення.

Таким чином, під обліково-аналітичними процедурами отримання інформації нами розуміється збір, обробка та передача фінансової і нефінансової інформації, сформованої в обліково-аналітичній системі підприємства, а також формування інформації, що використовується керівництвом для прийняття управлінських рішень, планування та контролю, вимірювання і оцінки отриманих результатів.

Питання, досліджені в статті, є досить складними та багатограними, тому розглянути всі аспекти автоматизації обліково-аналітичних процедур отримання інформації в контексті діяльності підприємства неможливо. Це спонукає до продовження наукового пошуку в даному напрямку.

Список використаних джерел:

1. Садовська І.Б. Проблема відносності облікової інформації та напрями її вирішення [Текст] / І.Б. Садовська. // Облік і фінанси АПК. – 2012. – №2 – С. 69-73.
2. Голячук Н.В. Потреби в обліковій інформації різних категорій користувачів [Електронний ресурс] / Н.В. Голячук, В.С. Рихлюк. // Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe.
3. Слесар Т.М. Облік і аналіз релевантної інформації для прийняття управлінських рішень [Текст] / Т.М. Слесар. // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – 2012. – Випуск 9(33). – Ч.4. – С. 353-358.
4. Фаріон В. Роль облікової інформації в системі управління банком [Текст] / В. Фаріон, Т. Фаріон. // Журнал європейської економіки. Видання Тернопільського національного економічного університету. – 2013. – Том 12(1). –С. 96-108.
5. Ситник Й.С. Формування інтегрованої інформаційної системи для потреб інтелектуалізації систем менеджменту промислових підприємств [Текст] / Й.С. Ситник. // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10(136). –С. 266-274.
6. Зубарева О.А. Методические аспекты формирования учетного обеспечения управления затратами в сельскохозяйственных организациях : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.12 / Зубарева Ольга Александровна.- Мичуринск, 2010.- 25 с.

Рецензент – д.е.н., професор Махмудов Х.З.

УДК: 339.13: 633.491

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КАРТОПЛІ

***Танклевська Н.С., д.е.н., професор; Майн В.В., аспірант
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»***

У статті розроблено структурно-логічну схему аналізу ринку картоплі. Розширено методика аналізу формування і функціонування ринку картоплі за основними показниками кон'юнктури ринку шляхом виокремлення критеріїв оцінки інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств-суб'єктів ринку картоплі за такими критеріям як частка інноваційно-орієнтованих підприємств, рівень інвестиційної привабливості галузі та рівень реалізованості інноваційних проектів.

In the article it is developed structurally logical chart of market of potato analysis. The method of analysis of forming and functioning of market of potato is extended on the basic indexes of the state of affairs of market by the selection of criteria of estimation investment-innovative to activity of enterprises-subjects of market of potato after such to the criteria as part innovative oriented enterprises, level of investment attractiveness of industry and level of realized of innovative projects.

Постановка проблеми. Сучасні дослідження економічних процесів в ринковій економіці здійснюється із застосуванням комплексу різноманітних методів. Базою маркетингового дослідження є маркетингова інформація, збір якої проводиться методами опитування, спостереження, експертним та методом імітаційних моделей [1], при цьому аналіз ґрунтується на комплексному використанні сучасних економіко-математичних, економіко-статистичних методах та методах економічного загальносистемного аналізу [2], серед яких перевагу надають багатовимірному моделюванню та регресійному, варіаційному, дискримінантному, факторному та кластерному аналізам, а також SWOT-аналізу й методу Дельфі. Ринок картоплі потребує удосконалення методичного забезпечення, якісного інформаційного забезпечення що до стану виробництва й споживання картоплі у приватному секторі, так як він є головним постачальником даного товару. Але слід мати на увазі, що населення вирощує картоплю і для власних потреб, а тому не можливо кількісно виміряти реальний розмір виробництва та споживання даного продукту. Тому потрібно поглибити методичні підходи до формування і функціонування ринку картоплі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток методики дослідження стану агропродовольчого ринку здійснили такі вчені, як: В.Г. Андрійчук [7], І.К. Беляєвський, А.В. Войчак, С.С. Гаркавенко, Б.А. Дадашев [4], В. А. Карпов, Д.І. Костюхін, Є.В. Крикавський, В.Р. Кучеренко, Ф.М. Левшин, В.В. Обливанцов [4], О.Т. Осташко, Е.П. Пешкова, Ф.Г. Піскоппеля, С.В. Скибінський, Л.М. Худолій [3], С.Г. Черемісіна [4] та інші. Разом з тим досі не сформований єдиний методичний інструментарій дослідження стану ринку картоплі.

Постановка завдання. Метою роботи є поглиблення методичних підходів до формування і функціонування ринку картоплі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою методичних підходів до оцінки ринку картоплі є дослідження регіонального продуктового ринку, яка запропонована Худолій Л.М. [3], вона вважає пріоритетними напрямками маркетингового аналізу є товар, ціна, місцезнаходження товару та стимулювання попиту, а оцінку ринкової кон'юнктури проводити за їх комплексним аналізом. Вчені Дадашев Б.А., Черемісіна С.Г., Обливанцов В.В. [4, с. 54-55] наголошують на необхідності розрахунку узагальненого показника рівня розвитку ринку картоплі, який розраховується за формулою 1:

$$I_{рк} = (I_{м} + I_{н}) / 2, \quad (1)$$

де $I_{рк}$ – узагальнений показник регіонального розвитку ринку картоплі;

$I_{м}$ – співвідношення виробництва продукції ринку картоплі на одиницю території регіону;

$I_{н}$ – співвідношення виробництва продукції ринку картоплі на душу населення в регіоні.

Оскільки ринок картоплі в частині пропозиції представлений в більшості приватним сектором, то важливою умовою є організація державної служби маркетингу ринку картоплі, орієнтовану на інформаційну підтримку дрібних учасників ринку на безоплатній основі, а великих сільськогосподарських підприємств – укладанням договору, умови якого варіювати в залежності від стадії розвитку підприємства та досвіду роботи на даному ринковому сегменті. Виходячи з вище наведеного пропонуємо оцінку ринку картоплі проводити за такою структурно-логічною схемою (рис. 1).

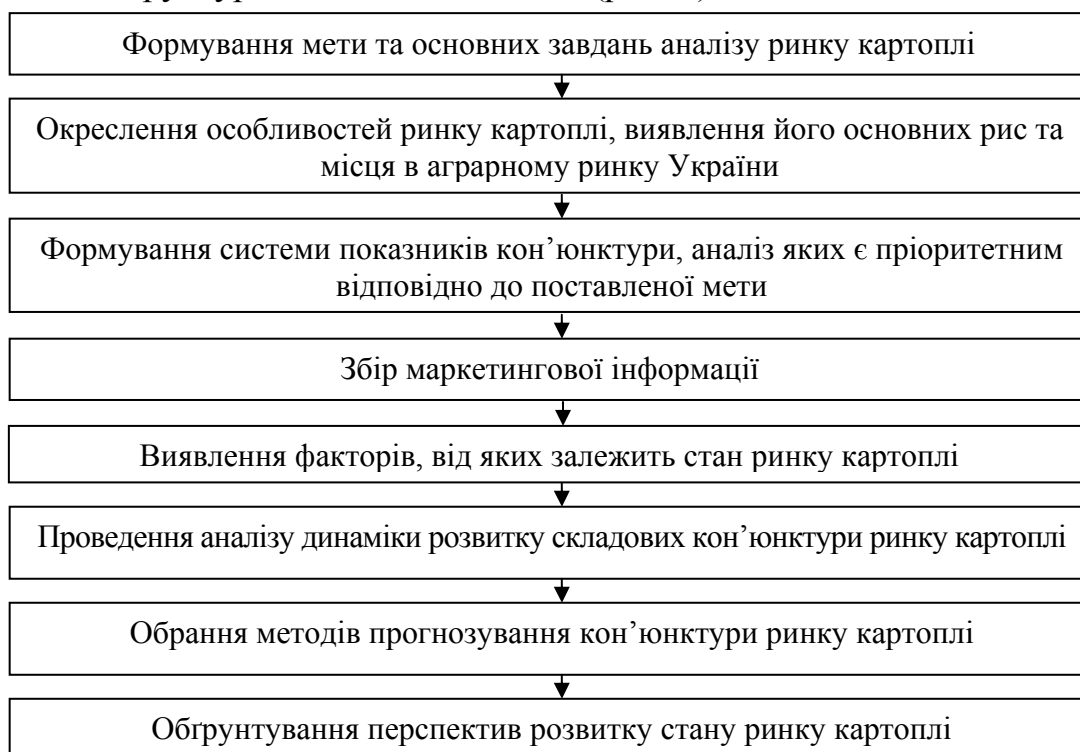


Рис. 1. Структурно-логічна схема аналізу ринку картоплі *

* Розроблено автором

Вважаємо за необхідне використовувати для аналізу ринку картоплі схему методичного забезпечення дослідження регіонального продуктового ринку, запропоновану Дадашевим Б.А., Черемісіною С.Г., Обливанцовим В.В. [4, с. 61-62], адаптований та розширений варіант якої представлено на рис. 2. Оцінка ринку картоплі повинна здійснюватися у двох базових напрямках. Перший – аналіз формування та функціонування ринку картоплі. Другий – обґрунтування перспектив розвитку. За першим вектором необхідно проаналізувати такі складові: конкурентоспроможності товарів; відповідності ринку; пропорцій ринку; рівень цін; рівень економічної концентрації, монополізації та конкурентоспроможності; кон'юнктури ринку; збутової політики; ділової активності.

Оскільки ринок картоплі є невід'ємною частиною світового продуктового ринку, важливим є визначення життєздатності продукovanого ним товару в даних умовах, що характеризує конкурентоздатність картоплі в регіоні, державі та у глобальному масштабі. Тому аналізу необхідно піддати систему класифікаційних параметрів товару, а саме конструктивних, ергономічних, естетичних, нормативних. Детальної уваги потребує дослідження дотримання при вирощуванні картоплі існуючих міжнародних стандартів якості.

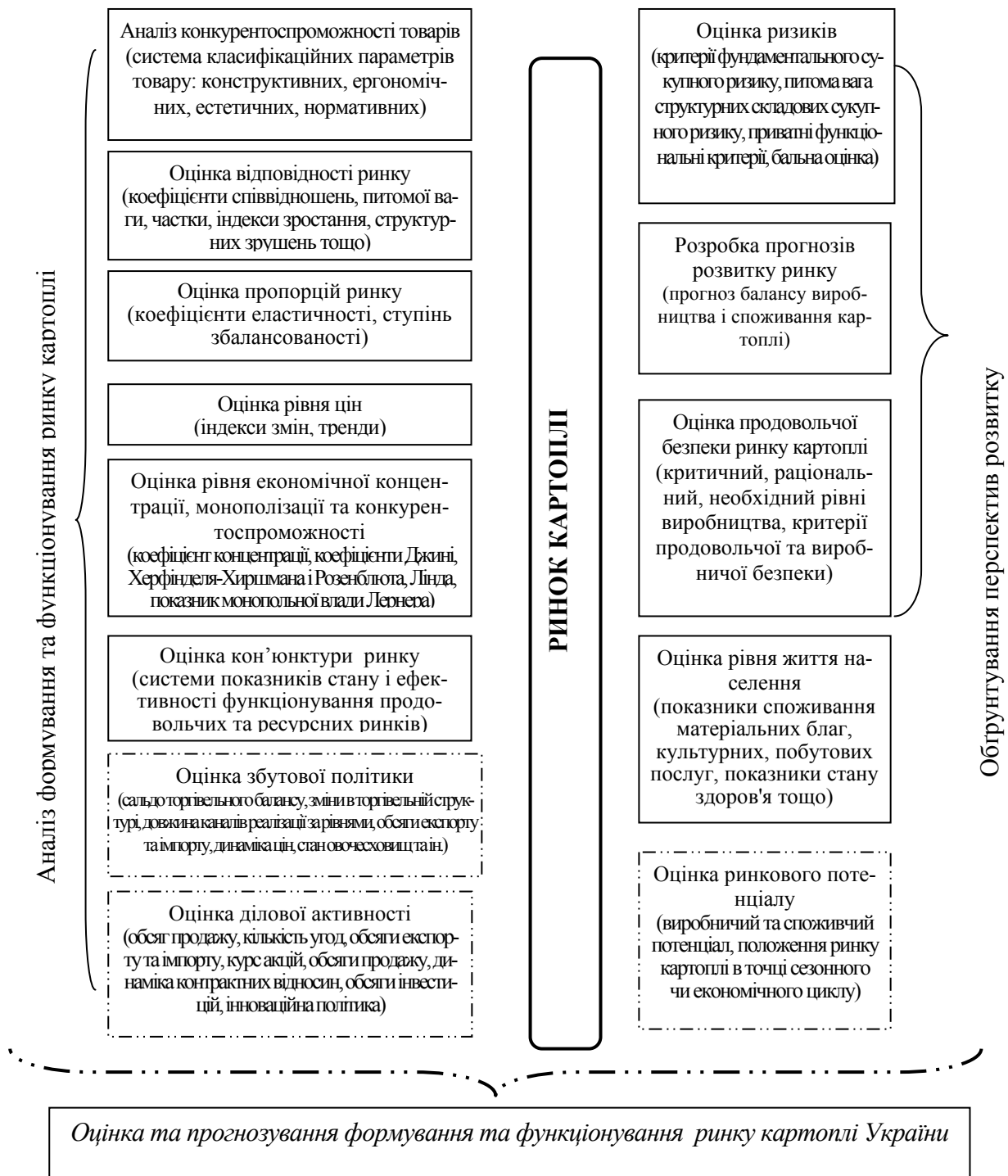


Рис. 2. Методичне забезпечення оцінки формування та функціонування ринку картоплі *

* адаптовано автором за даними [4, с. 61-62; 4; 5];

... .. доповнено автором

Пропорційністю розвитку ринку називається оптимальне співвідношення між різними елементами ринку для його нормального поступального розвитку. Будь-які диспропорції та деформації окремих складових частин ринку ведуть до кризових форм розвитку, ускладнюють і викривлюють ринкові відносини, роблять ринок недостатньо ефективним. Для дослідження пропорційності ринку статистика використовує балансний метод, відносні величини структури та координації, індекси, коефіцієнти еластичності і бета-

коефіцієнти багатофакторних моделей [1].

В теорії аналізу ринку важливе місце займає дослідження цінової еластичності. За визначенням, прихильником якого є Ульрих Кьостер [5, с.36], еластичність дає змогу виявити співвідношення між відсотковою зміною значення залежних та незалежних змінних. Так, автор звертає увагу, що за правилом Кінга, зміна об'єму врожаю на 1,0 % провокує зміну ціни більше ніж на 1,0 %.

На ринку картоплі ціна формується поетапно під дією ринкових та державних регуляторів (собівартість картоплі, мінімальна ціна, ціна виробника, ціна маркетингу, торговельна націнка (оптова та роздрібна ціна), ціна споживчого ринку) [2, с. 59]. У випадках тотожності величини попиту й величини пропозиції картоплі формується рівноважна ціна, на яку впливають: еластичність попиту, еластичність пропозиції за ціною, кризові явища, інфляція, політика державного уряду, урожайність та сезонність, експорт, імпорт, погодні умови, процентна ставка, валовий збір, співвідношення попиту та пропозиції, витрати на зберігання продукції, витрати на перевезення продукції, витрати на маркетинг, на рекламу, котирувальну ціну попереднього періоду, економічна і політична ситуація країни [6, с. 65].

Цінову політику на ринку картоплі необхідно аналізувати в розрізі оптової та роздрібною торгівлі за абсолютними та відносними показниками. Слід мати на увазі, що ринок має забезпечувати рівноважні ціни, які будуть оптимальними одночасно для продавців та покупців. Значно занижені ціни призводять до нерентабельності вирощування картоплі. А підвищення цін на ринку картоплі призведе до того, що сектор збуту матиме попит на пропоновані на ринку виробника обсяги продукції по більш низьким цінам [5, с.162], тому зростанні цікавість до визначення конкурентної ціни на картоплю. Разом з тим необхідно зауважити, що цінова політика на ринку схильна до циклічних коливань, які за визначенням У. Кьостера викликані "принципом відлуння", ціною коливань пропозиції та загальними кон'юнктурними коливаннями в аграрному секторі [5, с. 174]. Конкурентна ціна визначається за методом Андрійчука В.Г. [7, с.156], та фактично відображає рентабельність продажу картоплі у базовому періоді (формула 2):

$$P_{\text{по}}=(Ц_x-C_1)/Ц_x \quad (2)$$

де $P_{\text{по}}$ – рентабельність продажу;

$Ц_x$ – пошукова мінімально підвищена ціна, за якої реалізація виробленої більш якісної продукції зі зрослою собівартістю забезпечує досягнуту в базовому році рентабельність продажу (цінову конкурентоспроможність);

C_1 – собівартість продукції вищої якості.

Але існує також більш спрощений варіант розрахунку (формула 3):

$$K_{\text{ц}}=(Ц-ПС)/Ц, \quad (3)$$

де $Ц$ – ціна продажу 1 ц картоплі або картоплепродуктів;

$ПС$ – повна собівартість 1 ц картоплі або картоплепродуктів.

Дослідження ринку картоплі слід проводити також у площині оцінки рівня його економічної концентрації, монополізації та конкуренції, що дає змогу зорієнтуватись у типологізації ринку та охарактеризувати наявну сегментацію.

Вважаємо за необхідне проводити аналіз ринку картоплі за основними

показниками кон'юнктури ринку. А, зважаючи на євроінтеграційний напрямок розвитку економіки України, необхідно враховувати загальносвітові тенденції розвитку ринку картоплі, особливу увагу приділяючи його інвестиційно-інноваційній орієнтованості, оскільки на нашу думку саме даний аспект є базисом його ефективного функціонування. Тому розрахунки доцільно здійснювати в таких базових напрямках як цінова політика, показники попиту і пропозиції; та провести аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств-суб'єктів ринку картоплі (рис. 3).

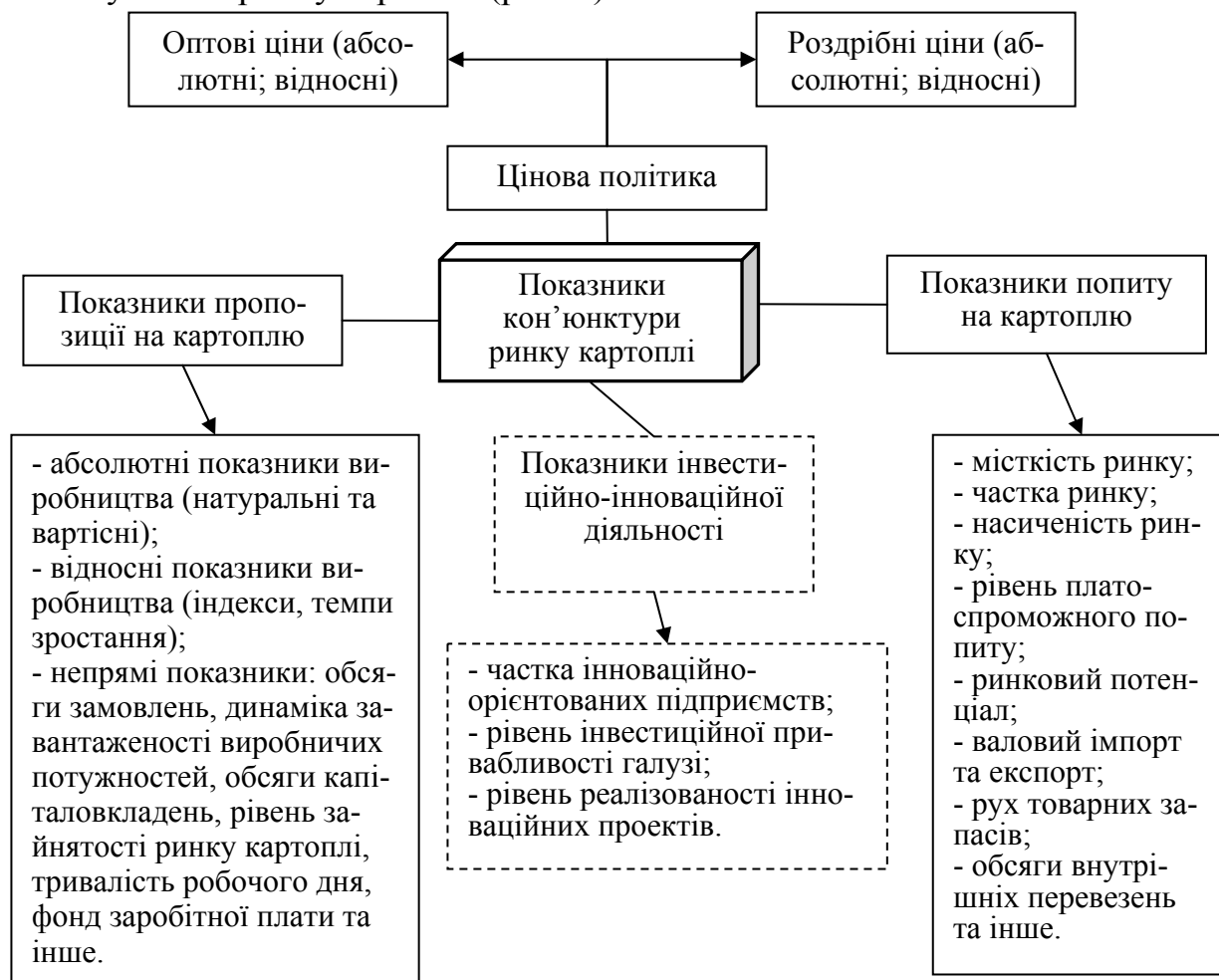


Рис. 3. Показники кон'юнктури ринку картоплі *

* згруповано за даними [8] та удосконалено автором

----- розроблено автором

Важливим і на сьогодні досить проблемним етапом методичного забезпечення дослідження ринку картоплі є оцінка збутової політики, що полягає у визначенні сальдо торгівельного балансу, зміни в торгівельній структурі, обсяги експорту та імпорту, динаміки цін. Зважаючи на недосконалість сучасних ринкових умов вважаємо доцільним особливу увагу приділяти аналізу довжини каналів реалізації за рівнями, оскільки даний аспект безпосередньо впливає на собівартість товару і дозволяє значно вдосконалити логістичну схему його реалізації. І, як наслідок, потребує детального дослідження виявлення можливостей існуючих овочесховищ та оцінка потреби у нових.

Оцінка ділової активності має здійснюватися за такими показниками: обсяг продажу, кількість угод, обсяги експорту та імпорту, курс акцій, обсяги

продажу, динаміка контрактних відносин, обсяги інвестицій, інноваційна політика. Особливу увагу необхідно приділити інвестиційній та інноваційній діяльності, стан якої прямо пропорційний загальній доходності підприємств – суб'єктів ринку картоплі.

Другий вектор дослідження ринку картоплі присвячений обґрунтуванню перспектив його розвитку і складається з оцінки ризиків; розробки прогнозів розвитку ринку; оцінки продовольчої безпеки ринку картоплі; оцінки рівня життя населення; оцінка ринкового потенціалу. Необхідно звернути увагу на можливостях ринку картоплі, які відображаються в комплексній оцінці його потенціалу і розраховується за показниками: загально економічні (територія, населення, частка міського населення), показники розвитку сировинної бази (площа сільськогосподарських угідь, чисельність зайнятих у сільському господарстві, обсяги виробництва тощо), техніко-економічні показники (кількість підприємств, чисельність зайнятих працівників, обсяг виробленої продукції, вартість основних виробничих фондів, прибуток рентабельність галузі тощо) [4, с. 55]. Важливим елементом аналізу ринку картоплі є визначення його реальних можливостей за допомогою наявного потенціалу [1; 9, с. 15] (формула 4):

$$P = \sum_j^n (N_i * W_i * E_x) + F_j, \quad (4)$$

де P - потенціал ринку картоплі;

N_i - одиниці виробництва або споживання картоплі;

W_i – показники одиниць виробничої або споживчої потужності;

E_x - еластичність попиту або пропозиції;

F_j – інші чинники та елементи потенціалу;

n – число одиниць потенціалу.

Виробничий потенціал варто розраховувати за формулою 5:

$$Q = \sum_i^n (N_i * W_i * D_i * R_i * E_p) - B - C, \quad (5)$$

Де Q – виробничий потенціал ринку (обсяг картоплі, яка може бути вироблена і запропонована ринку протягом певного часу);

N_i - підприємство або група підприємств, які вирощують картоплю;

W_i – потужність підприємства;

D_i - ступінь завантаження виробничих площ;

R_i - ступінь забезпечення ресурсами;

E_p - еластичність пропозиції від цін на сировину і готову продукцію;

B – внутрішнє виробниче споживання;

C – частина продукції, яку за оцінками будуть виробляти конкуренти;

n – число i-х виробничих підприємств.

Показник насиченості ринку, який відображає ступінь забезпечення споживачів картоплею [9, с. 15], має важливу роль для аналізу ситуації на ринку картоплі (формула 6). Хоча деякі вчені вважають більш раціональним його визначення експертним шляхом або за допомогою вибіркового обстеження бюджетів [1].

$$P = T_n + B + Z - F - Tk, \quad (6)$$

де P – насиченість ринку картоплею;
 T_n – запаси картоплі на початок року;
 B – обсяги вирощування картоплі;
 Z – імпорт картоплі;
 F – експорт картоплі;
 Tk – запаси продукції на кінець року.

Місткість ринку картоплі, яка свідчить про кількість товару, що може бути реалізована (куплена) у відповідному періоді, необхідно аналізувати в регіональному масштабі (формула 7):

$$C = \sum_i^n (S_i * k * E_x) + P - (H - Z_f - Z_m) - A - C, \quad (7)$$

де C – місткість ринку картоплі;
 S_i – чисельність i -тої групи споживачів;
 k – рівень (коефіцієнт) споживання в базовому періоді або норматив споживання i -тої групи споживачів;
 E_x – коефіцієнт еластичності попиту від цін і доходів;
 P – обсяг нормального страхового резерву товарів;
 H – насиченість ринку картоплі;
 Z_f – фізичний знос товарів;
 Z_m – моральний знос товарів;
 A – альтернативні ринку форми задоволення потреб, а також споживання товарів-замінників;
 C – частка конкурентів на ринку.

Ґрунтуючись на результатах аналізу перших двох векторах методики аналізу ринку картоплі, необхідно визначити сутність, напрямки і тенденції розвитку ринкової кон'юнктури, і спрогнозувати подальший розвиток ринку картоплі. Враховуючи дослідження М. Одінцева [10, с. 65-68], в основу методології аналізу кон'юнктури ринку картоплі слід віднести наступні підходи: комплексний, системний, функціональний, інтеграційний, відтворювальний, нормативний, динамічний, кількісний та інституційний. Разом з тим вважаємо за доцільне виокремити адаптаційний підхід, суть якого полягає у необхідності виявлення готовності суб'єктів ринку картоплі пристосовуватися до мінливих умов зовнішнього середовища, максимізуючи ефективність та результативність діяльності.

Висновки. Отже, аналіз формування і функціонування ринку картоплі необхідно здійснювати за допомогою економіко-математичних і економіко-статистичних методах за кількісно-якісними показниками схеми «виробництво – зберігання – транспортування – реалізація – споживання». Методика аналізу повинна включати комплексну оцінку ринку картоплі, яка здійснюється у двох базових напрямках. Перший – аналіз формування та функціонування ринку картоплі. Другий – обґрунтування перспектив розвитку. Ґрунтуючись на результатах аналізу перших двох векторах методики аналізу ринку картоплі, необхідно визначити сутність, напрямки і тенденції розвитку ринкової кон'юнктури, і спрогнозувати подальший розвиток ринку картоплі.

Розширено методику аналізу формування і функціонування ринку картоплі за основними показниками кон'юнктури ринку шляхом виокремлення критеріїв оцінки інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств-суб'єктів ринку картоплі за такими критеріям як частка інноваційно-орієнтованих підприємств, рівень інвестиційної привабливості галузі та рівень реалізованості інноваційних проектів.

Список використаних джерел:

1. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика. [Навч.посібник]. / С.І. Дугіна. – К.: КНЕУ, 2005. – 393 с.
2. Хорунжий М.Й. Проблеми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. – 2011. - №1. – С.57-61.
3. Худолій Л.М. Економічний механізм формування і функціонування ринку зерна в Україні. / Л. М. Худолій – К.:ІАЕ, 1998. – 211с.
4. Економіко-фінансовий механізм розвитку регіонального продовольчого ринку: [монографія] / Б.А. Дадашев, С.Г. Черемісіна, В.В. Обливанцов. – К.: ННЦ «ІАЕ» – 2012. – 362 с.
5. Ульрих Кестер. Основы анализа аграрного рынка [Текст]: [учебник] / Ульрих Кестер ; науч. ред. пер. Олег Нивьевский. - Изд. 4-е, перераб. и доп. - К. : [АДЕФ-Украина], [2012]. - 486 с.
6. Кваша С.М. Механізм прогнозування цін та обсягу товарообігу сільськогосподарської продукції на товарних біржах / С.М. Кваша, В.С. Чубань // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 64- 77.
7. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія] / Андрійчук В.Г. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
8. Примак Т.О. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.
9. Ринок продовольства України в аспектах СОТ [Текст] : [Моногр.] / М.І. Долішній, В.І. Топіха, В.В. Булюк, В.А. Романова – Миколаїв: [б. и.], 2006. - 220 с.
10. Одінцов М. Формування і розвиток ринку продуктів тваринництва. / М. Одінцов. – Черкаси: Брама-Україна, 2009. – 296 с.

Рецензент – д.е.н., професор Махмудов Х.З.

УДК 657.6

УДОСКОНАЛЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЗАРОБІТНОЮ ПЛАТОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сафонова В.І., д.е.н., доцент

Південна філія Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет»;

Ющенко В.Д., студентка

Запорізька державна інженерна академія

Авторами статті обґрунтована необхідність проведення аудиту та ефективності розрахунків із заробітної плати на підприємстві та запропоновано методологію проведення аудиту, програму перевірки та робочі документи аудитора.

The authors justified the need for and effectiveness of audit settlements with wages at the plant and the proposed methodology of the audit, program verification and audit working papers.

Постановка проблеми. Аудит розрахунків із заробітної плати є однією з найважливіших і складних ділянок аудиторської роботи, оскільки безпосередньо зачіпає економічні інтереси усіх без винятку працівників підприємства, що перевіряються. Тому сьогодні актуальною проблемою є необхідність проведення аудиту розрахунків із заробітної плати на підприємстві.