

5. МСБО 27 «Консолідовані та окремі фінансові звіти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua>

6. П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», затв. наказом МФУ від 07 липня 1999 р. №163 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

7. П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів». затв. наказом МФУ від 24 грудня 2004 р. №817 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

8. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua>

9. МСБО 36 «Зменшення корисності активів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.gov.ua>

*Юрій Гудзь*

*зав. відділенням «Економіки та підприємництва»*

*Волинський технікум НУХТ*

*м. Луцьк, Україна*

## **ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Одним з важливих аспектів економічної конкуренції в умовах глобалізації є рівень розвитку та конкурентоспроможність бізнесу. Аспект – це кут зору, під яким розглядають предмети, явища, поняття [1, 26]. Сконцентруємо свою увагу на малих підприємствах харчової промисловості окремо взятого регіону. На малих підприємствах харчової промисловості Волинської області за останні п'ять років спостерігається технологічне відставання, зниження конкурентоспроможності та якості підготовки персоналу. Причина, в першу чергу, полягає у непослідовності проведення науково-технологічної та інноваційної політики зі сторони держави та низької ефективності функціонування самих малих підприємств. На сучасному етапі якість управління інноваційними процесами стає визначальним фактором конкурентоспроможності малих підприємств.

Згадаємо класика теорії конкуренції і конкурентоспроможності М. Портера, заслуга якого полягає в дослідженні категорії “конкурентних переваг” – ключових чинників успіху, характерних для певного підприємства (галузі), що надають йому переваги над конкурентами (іншими галузями) [2]. Згідно з теорією конкурентних переваг М. Портера конкуренцію характеризують такі суттєві моменти:

1. показник конкурентоспроможності може визначатись лише відносно інших підприємств-конкурентів;
2. конкурентоспроможність характеризується ефективністю використання ресурсів, які перебувають у розпорядженні фірми, і може бути визначена показником рентабельності виробництва;
3. існує два шляхи підвищення конкурентоспроможності фірми – зниження собівартості продукції (зростання прибутків, рентабельності, виробництва, ріст частки ринку) і диференціація товарів (пошук нових, незайманих ніш на ринках збуту).

Варто зауважити, що категорія «конкурентоспроможність» має різні тлумачення в економічній літературі, а для її характеристики можна використовувати поняття порівняльних витрат [3] і конкурентного статусу фірми [4].

Слід зауважити, що на конкурентоспроможність малих підприємств харчової промисловості впливають дві основні складові: підприємницьке середовище та ефективність функціонування самих підприємств. Обидві складові мають тенденцію до негативних змін за останні роки. Період 2006-2010 років характеризується інтенсивним погіршенням ситуації у зовнішньому середовищі. Так, за оцінкою міжнародних експертів підприємницького середовища, в 2009 році наша країна займала 83 позицію в світі. Особливо проблемними є: оподаткування, нестабільність фінансового ринку та законодавства, яке регулює залучення прямих іноземних інвестицій та інші обмеження на бізнес-діяльність іноземних осіб. Крім цього слід виділити низький рівень дисципліни постачальників, відносно слабкий маркетинг, невміння передавати повноваження, не замкненість виробничих процесів та недостатній обсяг зовнішніх ринків.

Значно погіршується ситуація і за показниками ефективності самих підприємств. Слабкість матеріальної, технічної, фінансової, менеджерської та кадрової складових діяльності малого підприємництва проявляється у низьких показниках рентабельності його діяльності.

Аналіз рентабельності малих підприємства харчової промисловості у Волинській області дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання (таб. 1). Так, дослідження динаміки зміни показника рентабельності продажу на ТзОВ «Зоря» показує зростання цього коефіцієнта у 2007 р. на 0,03 і спад у 2008 і 2009 рр. відповідно на 0,06 і 0,13. На кінець 2009 р. на підприємстві з 1 грн. продажу макаронних виробів отримували збиток в суму 12 коп. На ТзОВ ПК «Заграва Луцьк» спостерігається нестабільність показника по роках, у 2008 р. він зменшився на 0,05, проте у 2009 маємо незначне збільшення.

На ПП «Імпалс» коефіцієнт рентабельності продажу має негативне значення за 4 роки дослідження. Так, у 2006 р. на 1 грн. продажу макаронних виробів підприємство понесло збиток на 25 коп., а у 2007, 2008, 2009 рр. збитки відповідно дорівнювали 7 коп., 16 коп., 24 коп. На відміну від ПП «Імпалс» підприємство «Макаронна компанія» має позитивну динаміку змін коефіцієнта рентабельності продажу. Виняток складає 2007 р., в якому коефіцієнт рентабельності продажу зменшився на 0,02, а у 2008 р. і 2009 р. спостерігається зростання показника відповідно на 0,1 і 0,05.

Щодо динаміки коефіцієнта рентабельності активів на підприємствах, що виготовляють макаронні вироби, то ситуація наступна. Так, ТзОВ «Зоря» у 2007р. і 2008 р., мала позитивну динаміку, тобто показник згідно розрахунків збільшився на 0,1, а у 2009 р. спостерігається спад на 0,27. Тобто на 1 грн. активів припадає 24 коп. збитку, що свідчить про неефективне управління підприємством у 2009 р., а також загострення кризових явищ по всій країні. На ТзОВ ПК «Заграва Луцьк» спостерігається протилежна ситуація: у 2007 і 2008 рр. коефіцієнт рентабельності активів зменшився на 0,03 і 0,16.

*Таблиця 1*

**Розрахунок фінансових коефіцієнтів рентабельності малих підприємств виробників макаронних виробів у Волинській області**

Показники	Назва підприємства	2006.	2007	2008	2009
Коефіцієнт рентабельності продажу	ТзОВ «Зоря»	0,04	0,07	0,01	- 0,12
	ТзОВ ПК «Заграва Луцьк»	0,01	0,02	- 0,03	0,01
	ПП «Імпалс»	- 0,25	- 0,07	- 0,16	- 0,24
	ПП «Макаронна компанія»	0,04	0,02	0,12	0,17
Коефіцієнт рентабельності активів	ТзОВ «Зоря»	0,01	0,02	0,03	- 0,24
	ТзОВ ПК «Заграва Луцьк»	0,08	0,05	- 0,11	- 0,01
	ПП «Імпалс»	- 0,05	- 0,1	- 0,04	- 0,06
	ПП «Макаронна компанія»	0,07	0,05	0,1	0,15
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	ТзОВ «Зоря»	0,02	0,03	0,04	- 0,24
	ТзОВ ПК «Заграва Луцьк»	0,72	0,31	- 1,67	- 0,27
	ПП «Імпалс»	- 0,27	- 0,56	- 0,29	- 0,22
	ПП «Макаронна компанія»	0,84	0,92	0,86	0,44
Коефіцієнт рентабельності продукції	ТзОВ «Зоря»	0,04	0,09	0,01	- 0,1
	ТзОВ ПК «Заграва Луцьк»	0,04	0,02	- 1,67	- 0,27
	ПП «Імпалс»	- 0,07	- 0,24	- 0,12	- 0,22
	ПП «Макаронна компанія»	0,05	0,02	0,13	0,21

В загальному, по цій групі підприємств можна зробити наступні висновки: коефіцієнт рентабельності активів має негативну динаміку на трьох підприємствах. Найбільше кризові явища мали місце у 2009 р. На деяких підприємствах збиток досягав 25 коп. на 1 грн. активів.

Як видно з табл. 1 на ТзОВ «Зоря» коефіцієнт рентабельності власного капіталу у 2006, 2007 і 2008 рр. характеризується низьким значенням цього показника, що вказує на неефективність використання власного капіталу. А 2009 рік цю негативну тенденцію підтвердив: на 1 грн. власного капіталу припадало 24 коп. збитку. На ТзОВ ПК «Заграва Луцьк» у 2007 і 2008 рр. спостерігається значний спад коефіцієнта рентабельності власного капіталу відповідно на 0,41 і 1,98. На ПП «Макаронна компанія» у 2008 і 2009 рр. коефіцієнт рентабельності власного капіталу також мав тенденцію до зменшення на 0,06 і 0,42.

Дослідження динаміки коефіцієнта рентабельності продукції на ТзОВ ПК «Заграва Луцьк» показало значний спад показника у 2007, 2008 рр. на 0,02 і 1,69. На ПП «Імпалс» коефіцієнт рентабельності продукції має негативне значення за досліджуваній період.

Низьким залишається показник рівня рентабельності (збитковості) всієї діяльності малих підприємств харчової промисловості за видами економічної діяльності. Протягом 2006-2009 років він має сталий від'ємний рівень більшості малих підприємств і коливається в межах від – 0,3% до – 0,1%.

Конкурентоспроможність бізнесу впливає на високий рівень ефективності при виробництві товарів і послуг. Це, у свою чергу, збільшує продуктивність, підвищуючи, таким чином, конкурентоспроможність регіону. Конкурентоспроможність малих підприємств харчової промисловості впливає на стан бізнес-мережі продовольства всієї країни, а також якість окремих дій і стратегій фірм.

Сучасний стан малого підприємництва свідчить про те, що в економіці України відсутні як матеріально-технічні, так і фінансові чинники для активізації інвестиційної і, особливо, інноваційної діяльності малого бізнесу. Це підтверджується даними Держкомстату про невтішну ситуацію щодо інвестиційно-інноваційних проектів як у загальній системі підприємництва, так і в середовищі його невід'ємної складової – малого підприємства.

Кардинально змінити такий підприємницький клімат у сучасній Україні можливо лише при негайному вдосконаленні державної інноваційно-інвестиційної політики в напрямку розвитку малих підприємств. Це дасть змогу створити принципово нові умови для розвитку малого та середнього підприємництва і зробити прогресивний крок у національному еволюційному розвитку.

### Література:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Риккардо Д. Начало политической экономии и налогового обложения / Д. Риккардо // Сочинения в 4 т. – Т. 1. – М.: Госполитиздат, 1955.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999.

*Зоряна Гулик, к.е.н., доцент*

*Галина Кріп, к.е.н., доцент*

*Львівський національний аграрний університет*

*м. Львів, Україна*

## **ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА НА ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ І ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ**

Організація обліку – це специфічний механізм підготовки та відображення інформації про майнове та фінансове становище підприємства, завдяки якій внутрішні та зовнішні користувачі мають уявлення про реальний стан справ на підприємстві.

В Україні з переходом до ринкових відносин змінились підходи до організації обліку на підприємствах. Від жорсткої регламентації облікового процесу з боку держави ми поступово перейшли до розумного поєднання державного регулювання та самостійності підприємств в його організації. Ефективне функціонування цілісної системи обліку передбачає активне застосування такого специфічного елементу регулювання обліку та звітності як облікова політика [1, с.73-74].

Важливою умовою ефективного функціонування кожного господарюючого суб'єкта в Україні є якісно спроектована система обліку, що передбачає формування та прийняття на тривалу перспективу облікової політики – сукупності принципів, методів і процедур, які використовує підприємство для складання та подання фінансової звітності.

Фінансова звітність є кінцевим етапом облікового циклу підприємства та основним засобом донесення фінансової інформації про нього зовнішнім користувачам. В Україні найважливішою метою щодо ведення обліку та формування звітності є максимальне зближення національних стандартів