

підприємства за третьою групою чинників; K_{kap} – коефіцієнт капіталізації. При обґрунтуванні значення коефіцієнта капіталізації слід орієнтуватися на передові агрофірми, що знаходяться в аналогічних умовах.

Четвертим важливим показником, що має бути використаний для оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, є конкурентний статус:

$$КС = \frac{I_f - I_k \cdot S_f \cdot C_f}{I_o - I_k \cdot S_o \cdot C_o}$$

де КС – конкурентний статус підприємства; I_f – рівень стратегічних капіталовкладень; I_k – критична точка капіталовкладень, що знаходиться на межі прибутку і збитку; I_o – оптимальний рівень капіталовкладень; S_f – діюча конкурентна стратегія; S_o – оптимальна конкурентна стратегія; C_f – наявні можливості; C_o – оптимальні можливості.

Якщо розрахований показник конкурентного статусу знаходиться у межах від 0 до 0,5, це свідчить про низький рівень конкурентоспроможності досліджуваного підприємства; від 0,5 до 0,7 – середній рівень конкурентоспроможності; від 0,7 до 1 – високий рівень конкурентоспроможності.

Сучасна аграрна політика спрямована на підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва на основі вдосконалення економічних відносин між галузями в системі агропромислового комплексу. Це передбачає насамперед створення системи цін на продукцію агропромислового комплексу, яка б орієнтувала всі його ланки на високі кінцеві результати і створювала умови для роботи сільськогосподарських та переробних підприємств на принципах господарського розрахунку і самофінансування.

Основними шляхами підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств є:

- використання найсучасніших техніки і технологій;
- вхідний контроль якості сировини, матеріалів і комплектуючих;
- поліпшення стандартизації;
- використання маркетингових інструментів при виведенні на ринок товарів;
- інтеграційні зв'язки та технологічні інновації.

Підвищенню рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств сприяють інтеграційні зв'язки та технологічні інновації. Нові маркетингові технології розширюють ринки збуту і гарантують кращий зв'язок між виробниками і споживачами. Продукція сільського господарства є ресурсною складовою виробництва у різних галузях

національного господарства, а у харчовій промисловості – її основою.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно обрати свою стратегію діяльності: глибокого проникнення, розвитку товару, розвитку ринку чи стратегію диверсифікації. Вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним.

Література:

1. Портер М. Конкуренція.: уч. пос. / М. Портер – Москва: Вільямс, 2001. – 425 с.
2. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія.] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270с.
3. Мочерний С.В., Устинко О.А., Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. Видавничий центр «Академія» 2001. – 280 с.
4. Розвиток та функціонування ринку агропромислової продукції: Практ. посібник / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.
5. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу / С.О. Шевельова. – Тернопіль: Збруч, 2006. – 196 с
6. Зінченко О.І. Рослинництво / О.І. Зінченко, К.: Аграрна освіта, 2001.

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ЛІТВІН О. А.

*Харківський національний технічний
університет сільського господарства
імені Петра Василенка*

**Науковий керівник – к.е.н., доцент
Гіржева О. М.**

В умовах сучасних загальносвітових інтеграційних процесів система управління комерційними організаціями – планування, облік та контроль вибірково-господарської діяльності – дуже змінилася, водночас необхідність врахування інтересів власників комерційних структур, їх акціонерів, працівників вимагає застосування інноваційних методів. Практика свідчить, що на сьогодні найкращим інструментом ринкових змін у комерційній діяльності є впровадження системи внутрішнього аудиту [4].

На жаль в Україні недооцінюється значення внутрішнього аудиту як самостійного виду

контролю. Це можна пояснити тим, що інформація з методики створення, значення, функцій, об'єктів, прийомів та засобів внутрішнього аудиту є недостатньою.

Значний внесок у розвиток наукової думки про внутрішній контроль належать вченим: Б.Усач, Л.Нападовська, Ф.Бутинець, А.Богомолів та ін. Із ряду зарубіжних вчених, що приділяли увагу дослідженням проблем сутності та змісту внутрішнього контролю, його місцю в системі наук можна назвати Е.Аренса, Р.Адамса, Дж.Робертсона та ін.

В економічно розвинутих державах внутрішньому аудиту приділяється така ж висока увага, як і зовнішньому. Але, якщо становлення зовнішнього аудиту в Україні вже відбулось, то вітчизняний внутрішній аудит професійному, законодавчому, і на інституціональному рівні має початковий етап розвитку.

Внутрішній аудит – це незалежна експертна діяльність аудиторської служби (відділу внутрішнього аудиту, аудитора) суб'єкта господарювання для перевірки і оцінки адекватності, ефективності системи внутрішнього контролю та якості виконання обов'язків працівниками. Відповідальність за організацію внутрішнього аудиту несе керівник підприємства, який зобов'язаний організувати безперервний процес ефективного контролю в усіх підрозділах підприємства, а також взаємовідносини зі всіма підрозділами і зовнішніми організаціями з питань контролю фінансово-господарської діяльності. Одним із принципів внутрішнього контролю (як і зовнішнього) є його незалежність [3].

Внутрішній аудит є частиною внутрішнього контролю, перед яким стоїть мета – забезпечення достатньої впевненості щодо досягнення базових цілей:

- ✓ достовірність та правдивість інформації;
- ✓ виконання правил, планів, процедур, законів, положень та контрактів;
- ✓ забезпечення захисту активів;
- ✓ економічне та ефективне використання ресурсів;
- ✓ досягнення поставлених цілей діяльності та окремих програм.

Відмінності внутрішнього контролю від внутрішнього аудиту полягають в тому, що до першочергових обов'язків контролерів належить запобігання та виявлення помилок, розкрадань тощо; тоді як метою внутрішнього аудиту є вдосконалення діяльності в цілому. А це означає, що перед аудитором ставляться більш поширені цілі та завдання, ніж перед контролюючим суб'єктом.

Стандартів, що регулюють функціонування внутрішнього аудиту немає (за винятком нормативних документів НБУ з регламентації внутрішнього аудиту в комерційних банках України), і це зменшує поширення передового досвіду в цій сфері діяльності на інших підприємствах. З іншого боку, відсутність будь-яких обмежень на зміст форми проведення внутрішнього аудиту стимулює розробку суб'єктами господарювання власних форм реалізації його функцій.

Потреба у створенні внутрішнього аудиту в Україні виникає на великих підприємствах з різними видами діяльності, зі складною розгалуженою структурою і великою кількістю дочірніх підпорядкованих підприємств. Робота фахівців внутрішнього аудиту в цьому напрямі полягає, насамперед, в уніфікації і стандартизації облікових процесів для правильного формування зведеної чи консолідованої зовнішньої і, перш за все, внутрішньої звітності. Працівники бухгалтерських служб, територіально відокремлених структурних підрозділів, дочірніх і залежних підприємств не завжди дотримуються єдиної методики ведення бухгалтерського обліку і, особливо його підсистеми – управлінського обліку. Внаслідок відсутності єдиного методологічного підходу одні й ті ж самі операції відображаються по-різному, а це може стати причиною невірності консолідованої звітності. Така недостовірність звітності, у свою чергу, не дає змоги керівництву оцінити реальне фінансове становище підприємства в цілому і правильно визначити напрями його подальшого розвитку. Крім того, фахівці служби відділу внутрішнього аудиту можуть залучатись як експерти при виникненні розбіжностей між головною компанією і підприємствами, що входять до її структури. Вони можуть за розпорядженням керівництва визначати доцільність та ефективність здійснення окремих операцій, правильність відображення їх у системі обліку та звітності, надання інформації менеджерам. У разі виявлення під час здійснення контролю невідповідностей (відхилень, помилок, шахрайства тощо) внутрішній аудитор надає власнику та менеджерам рекомендації щодо коригування діяльності або системи управління, які, відповідно знаходять своє відображення в обліку.

В Україні впровадження внутрішнього аудиту розпочалось з банківських установ. Саме НБУ своєю постановою зобов'язав комерційні банки запровадити внутрішній аудит [2]. Більшість керівників господарюючих суб'єктів поки що не приділяють особливої уваги впровадженню системи внутрішнього аудиту і це пов'язано в

першу чергу з тим, що проблеми фінансової стратегії та контролю покладені в більшості випадків на головного бухгалтера. Такий стан контролю нерідко призводить до негативних наслідків. Таким чином, на мою думку, було б доцільно запровадити внутрішній аудит в інших комерційних підприємствах України.

Якщо розглядати питання форми організації служби внутрішнього аудиту на окремому підприємстві, варто відзначити, що це повинно вирішуватись власником або керівником в залежності від цілей та задач, поставлених перед цією службою. У будь-якому випадку служба внутрішнього аудиту повинна бути укомплектована професійно-придатними, кваліфікованими кадрами, які здатні виконати покладені на них функціональні обов'язки.

Функціонування служби внутрішнього аудиту на підприємстві, за умови додержання вимог до її організації, є надійною гарантією недопущення в майбутньому необґрунтованих і незаконних дій працівників підприємства, неправильних та неефективних управлінських рішень.

Таким чином, визначені основні напрямки вирішення проблеми якості організації служби внутрішнього аудиту на підприємствах України. Але, дана проблема потребує подальшого дослідження та вирішення. Найявністю ефективного внутрішнього аудиту стає невід'ємною складовою успішного розвитку господарської діяльності.

Враховуючи вище наведене, можна констатувати, що внутрішній аудит є одним із видів внутрішньогосподарського контролю суб'єктів підприємницької діяльності. Разом з тим, слід звернути увагу на те, що вітчизняний внутрішній аудит значно відрізняється від зарубіжного: відсутністю професійних стандартів та єдиних вимог до професійного рівня внутрішніх аудиторів, умовністю незалежності внутрішнього аудиту.

Література:

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 14.09.2006 р. № 140: [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>
2. Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України, затверджене Постановою Правління Національного банку України від 20.03.1998 р. № 114
3. Давидов Г.М. Аудит: [Підручник]/ Г.М. Давидов. – К.:Знання, 2204. – 511 с.
4. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики. – К.:АПУ, 2006. – 1144 с.

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

МАРУСЕНКО В. Г.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

**Науковий керівник – к.е.н., доцент
Артеменко О. О.**

В умовах ринкової економіки, коли головною метою підприємств є прагнення до одержання максимального прибутку, зниження собівартості продукції стає головним чинником на шляху його підвищення.

Собівартість продукції є не тільки найважливішою економічною категорією, але і якісним показником, на підставі якого можна судити про ефективність використання підприємством різноманітних видів ресурсів, а також про рівень організації праці на підприємстві.

Собівартість продукції - один з найважливіших економічних показників діяльності промислових підприємств і об'єднань, який показує в грошовій формі всі витрати підприємства, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції. Собівартість продукції, будучи витратами підприємства на виробництво і обіг, служить основою порівняння витрат і доходів, тобто самоокуповування - основоположної ознаки ринкового господарського розрахунку. Собівартість - один з найважливіших показників ефективності споживання ресурсів.

Собівартість показує всі успіхи і невдачі підприємства в організації виробництва того або іншого продукту. Якщо собівартість такого ж або аналогічного продукту конкурентів нижче, то це означає, що виробництво і збут на нашому підприємстві були організовані нераціонально. Отже, необхідно внести зміни. Вирішити, які потрібні зміни, допоможе знову ж таки собівартість, оскільки вона є одним з чинників формування асортименту.

Крім того, собівартість складає частину вартості продукції і показує, в що обходиться виробництво продукції для підприємства (фірми), тому собівартість є основним ціноутворюючим чинником. Чим більше собівартість, тим вище буде ціна за інших рівних умов. Різниця між ціною і собівартістю складає прибуток. Отже, для збільшення прибутку необхідно або підвищити ціну, або понизити собівартість.

Джерелами зниження собівартості продукції є ті затрати, за рахунок економії яких знижується собівартість продукції, а саме: затрати уречевленої праці, які можуть бути знижені за рахунок покращення використання засобів і предметів