вом яке направлене на підвищення життєвого рівня населення та поліпшення стану навколишнього середовища країни.

В Угорщині розвиток сільських територій здійснюється у відповідності з Програмою розвитку сільських територій. Успішна реалізація зазначеної стратегії важлива для Угорщини в якій 88 % площі віднесено до сільських територій і на яких проживає 47 % населення. Для Угорщини найважливішим у розвитку аграрного сектору постає продовольча безпека, яка існує в рамках закону країни. Адже в кожному районі Угорщини працюють служби контролю, які відповідають за якість продукції та слідкують за станом територій агропризначення. Політику контролю над сільськими територіями здійснює Міністерство сільського господарства Угорщини, до якого постійно надходить інформація щодо стану розвитку сільських регіонів країни, і таким чином здійснюється безперервний контроль за станом агросектору країни [3].

Отже, досвід ЄС у вирішенні проблемних питань стосовно розвитку сільських територій є важливим та значущими для України.

Перелік посилань:

1. Панасюк О. Ю. Міжнародний досвід розвитку сільських територій в умовах децентралізації влади / О. Ю. Панасюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 23. – С. 120-123.

2. Борщевський В. В. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України : монографія / В. В. Борщевський ; НАН України. Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2012. – 216 с.

3. Чемерис В. А. Програмні підходи стратегічного розвитку сільських територій: досвід країн Вишеградської групи та Митного союзу / В. А. Чемерис // Соц.-ек. проблеми сучасного періоду України. – 2013. – Вип. 6. – С. 150-162.

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ПОГЛЯДІВ НА БЮДЖЕТУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЇ

І.Р. Попадинець

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інтеграція підприємства на ринок супроводжуються зростанням потреби в інформації внутрішньогосподарського призначення, передусім маркетингового, фінансового, технологічного й стратегічного характеру. Стратегічне планування діяльності підприємства передбачає доведення фінансових показників до його структурних підрозділів. Механізмом такої орієнтації є внутрішньогосподарське стратегічне планування на основі бюджетування. Бюджетування як один із видів фінансового планування вдало поєднує інтереси підрозділів і підприємства загалом, а також враховує особливості кожного з них через систему витрат і доходів, характерних тільки для певного підрозділу [1, с. 51].

Ефективне бюджетування – це безперервний технологічний процес, що є рушійною силою економічних перетворень господарської діяльності [2].

Забезпечення процесу ефективного бюджетування передбачає побудову єдиної системи розрахункових планів, яка гуртуватиметься на синтезу методів економічного аналізу. При цьому фінансист (виконавиць) виконуватиме функцію оператора обслуговування. Для цього існують сучасні ІТ-інструменти, що дають змогу встановити причинно-наслідкові зв’язки в досягненні стратегічних цілей, створити інструменти реалізації стратегії.

Головним інструментом цього напряму є локальні корпоративні сайти, які не лише містять інформацію про систему розрахункових планів підприємства, але являються потужним інструментом управління процесом планування на підприємстві.

Локальний корпоративний сайт є сукупністю різних інформаційних ресурсів і сервісів організації, що інтегрує різні джерела даних і окремі функціональні підсистеми. З технологічної точки зору корпоративний сайт є сервер додатків, який може запускати стандартні «портальні» компоненти і дозволяє: оперативно розміщувати і розвивати інформаційні ресурси підприємства; прискорити доступ до інформації користувачам у будь-який момент, в будь-якій точці знаходження; причому набори доступної інформації та сервісів залежить від категорії користувача; підвищити якість управління процесом планування, інформаційною безпекою і діяльністю підприємства в цілому; дозволяють здійснювати ефективне керівництво віддаленими філіалами в режимі online, економити час. Серед технологій для створення локальні корпоративні сайти можна виділити такі: Hummingbird Portal, Oracle 9iAS Portal, Microsoft Share Point Portal Server [3, с. 128].

Таким чином, локальні корпоративні сайти дозволяють впровадити нову концепцію організації робочих місць співробітників з доступом до всієї інформації, необхідної для виконання ними професійних функцій забезпечуючи ефективний процес бюджетування на підприємствах.

Перелік посилань:

1. Бень Т. Г. Бюджетування як інструмент удосконалення системи фінансового менеджменту підприємств / Бень Т. Г., Довбня С. Б. // Фінанси України. – 2005. – № 7. – С. 48-55.

2. Прокопишин О. Бюджетування як інструмент стратегії розвитку підприємств аграрного сектору / О. Прокопишин // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. – 2015. – № 22 (1). – С. 110-114.

3. Ушакова І. О. Інформаційні системи та технології на підприємстві : конспект лекцій / І. О. Ушакова, Г. О. Плеханова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 128 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

***А.М. Попова**, к.т.н.*

Харківській національний автомобільно-дорожній університет

Сучасність розвівається все більш швидкими темпами, загострюючи як суспільні, культурні так і економічні питання. Не стала виключенням із широкого загалу і легка промисловість. Для більш ретельного розуміння процесу, що відбувається у галузі легкої промисловості України, варто розглянути її кінцеву ланку, а саме роздрібни продаж взуття та одягу. Споконвіку цей ринок є відомий широкому загалу, однак сучасність наклала свій відбиток на його розподіл та класифікацію: одяг та взуття, що споживає населення умовно поділяють на брендів та небрендовий. Окрім цього розділення відбувається і за географічними характеристикам: локальні українські торгові марки (A.M.G., Golda та багато інших) та широко відомі міжнародні бренди одягу та взуття.

З огляду на приведену вище класифікацію одним із можливих шляхів розвитку українських підприємств легкої промисловості це поступовий вихід місцевих локальних брендів на міжнародні ринки з одночасним поширенням своєї продукції серед вітчизняних споживачів. Для цього розвитку у легку промисловість України необхідні крупні інвестиції великого бізнесу, інвестори якого у свою чергу бажали би пільгових умов інвестування. А цього не передбачає ні діюча прог8рама розвитку легкої промисловості України, ні навіть проекти подальших шляхів розвитку нашої держави. А як результат, розвиток, згідно з відомими з сучасного погляду, стандартними шляхами неможливий чи важкодоступний у близькому майбутньому. З чого слідує, що необхідний пошук альтернативних можливостей розвитку.

Розглянемо основну частку недорогої брендової та небрендової продукції легкої промисловості українського та інших схожих за параметрами ринків. Адже у цьому сегменті легше виходити на міжнародний ринок українським брендам. Прогнозованим лідером є імпорт з Китаю, друге місце посідає турецька продукція, потім Бангладеш, В'єтнам, Пакистан та інші. Окрім готової продукції, основним джерелом поставки в України синтетичних тканин та швейної фурнітури також є китайські виробники. Сама Україна виробляє бавовняні тканини, а от бавовна є також для цих тканин імпортною, як синтетичні нитки. Це негативним чином впливає на формування собівартості продукції, складаючи значну конкуренту перевагу китайським виробникам.

Крім вартості тканин та фурнітури, значний вплив на вартість продукції у сфері легкої промисловості має велику частку вартість робочої сили. А при цьому значну частку займає ручна праця. Яку не можливо замінити чи механізувати, як у інших галузях промисловості. Для зайнятості населення, особливо у периферії та районах з низьким рівнем працевлаштування ця галузь є вирішенням проблем зайнятості та зниження соціальної напруженості, внаслідок зниження рівня безробіття, що складає зацікавленість регіонального керівництва та загалом уряду України. Але створити тверду конкурентну перевагу не дає вартість робочої сили, що порівняно з Китаєм, Бангладеш або Туреччиною.

Цей факт є головним протиріччям української промисловості. Так є висококваліфіковані працівники, але вартість праці окупається тільки при виготовленні якісної брендової продукції, а от у сегменті «дешевого» одягу та взуття вітчизняна продукція програє дешевим аналогам іноземного виробництва.

Встановлення протекціоністами квот або обмеження на імпорт дешевого китайського імпорту легкої промисловості не дасть смогу стимулювати розвиток легкої промисловості України. А негативними наслідками стануть вихід більшості підприємств у тінь та постійний «сірий імпорт».

Виникла системна криза у легкій промисловості можлива на основі системних заходів, основою яких має стати державна підтримка та сприяння з боку банківської сфери для поліпшення умов інвестування.