

ті відповідно до вимог СОТ, до цінової політики та доведення її до споживачів. Трансформація комплексу маркетингу на ринку продукції тваринництва відбувається шляхом цілеспрямованих дій для підвищення стабільності та ефективності функціонування ринку м'ясо-молочної продукції в умовах мінливого зовнішнього середовища, підвищення конкурентоздатності виробленої продукції.

Механізм трансформації комплексу маркетингу здатний забезпечити: розробку інноваційних змін щодо асортименту продукції і підвищення її якості, застосування ефективних комунікаційних засобів просування продукції на основі принципу інтерактивності (безперервності, можливості зворотної відповіді). Саме інновації в асортименті і якості продукції здатні забезпечити ефективність комерційної діяльності, результатом якої є зростання соціального і економічного ефекту на ринку продукції тваринництва.

Отже, в Україні наповнення ринку продовольства продукцією тваринництва переважно через власне виробництво, але протягом останніх років властива тенденція до зростання обсягів імпорту продовольства, що через низький рівень закупівельної ціни є згубним для вітчизняних виробників. Саме впровадження комплексу маркетингу на ринку продукції скотарства сприятиме успішному вирішенню важливих завдань підвищення гнучкості виробництва продукції скотарства, швидкої зміни асортименту продукції відповідно до запитів споживачів, підвищення її якості.

Література

1. Кушнір І.В. Обґрунтування розміру мінімальної зарплати з урахуванням рівня харчування населення / І.В. Кушнір // Економіка АПК : міжнар. наук.-виробн. журнал. – 2005. – № 4. – С. 120-122.
2. Скачкова А.П. Принципы и подходы к оценке и мониторингу эколого-экономической безопасности продовольственного рынка / А.П. Скачкова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность : сб. науч. работ. – 2010. – № 4(61). – С. 35-39.
3. Смолінський В.Б. Підприємство в АПК: суть та тенденції формування ринку молока : монографія / В.Б. Смолінський, О.Д. Гнаткович. – Львів : Вид-во "Світ", 2009. – 209 с.
4. Дудар В.Т. Організаційно-економічні засади формування аграрного ринку конкурентоспроможної продукції / В.Т. Дудар // Вісник Тернопільського державного економічного університету : сб. наук. праць. – 2006. – Вип. 2. – С. 129-136.

Мисюк М.В. Функции маркетинга на рынке продукции животноводства в современных условиях

Обоснованы основные функции маркетинга на рынке продукции животноводства и их влияние на удовлетворение потребностей населения страны продукцией животноводства высокого качества собственного производства. Маркетинг, кроме ориентации на имеющийся спрос, предусматривает повышение качества продукции и совершенствования ценовой политики на продукцию, то есть формирование мотивационного фактора для повышения спроса потребителей. Трансформация комплекса маркетинга на рынке продукции животноводства происходит путем целенаправленных действий для повышения стабильности и эффективности функционирования рынка продукции животноводства в условиях меняющейся внешней среды.

Ключевые слова: маркетинг, рынок, функции, логистика, коммуникация, товарная политика, ценовая политика.

Misyuk M.V. Marketing Functions on the Market of Livestock Products in Modern Conditions

The article substantiates the basic functions of livestock products marketing and their impact on the needs of the population of livestock products of high quality own production.

Marketing, except targeting existing demand, provides improved product quality and improving pricing policies for products, i.e. the formation of a motivational factor for the increase in consumer demand. The transformation of the livestock products marketing in the market occurs through targeted actions to improve stability and market efficiency of livestock production in a changing external environment.

Key words: marketing, market functions, logistics, communication, trade policy, price policy.

УДК 338.45 Доц. І.Б. Олексів, д-р екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Проаналізовано основні тенденції розвитку сучасного планування на підприємстві, а саме: необхідність врахування інтересів соціально-економічних суб'єктів інших, ніж менеджмент та власники підприємства, високий рівень невизначеності та динамізму середовища, в якому працюють українські підприємства, а також необхідність формалізації процесів планування в організації. На основі аналізування літературних джерел в роботі пропонуються методичні рекомендації, які можуть застосовуватися для удосконалення процесу планування на підприємстві шляхом врахування інтересів груп економічного впливу та мінливості середовища функціонування.

Ключові слова: планування, соціально-економічний суб'єкт, невизначеність, динамічність зовнішнього середовища.

Постановка проблеми. Наявність ефективної системи планування є однією з передумов успішного розвитку організації. Формування якісної системи планування можливе із врахуванням сучасних економічних процесів і тенденцій, які відбуваються на підприємствах та в економіці загалом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Упродовж останніх років теорії планування та прогнозування багато в чому виявились неефективними через складні умови функціонування та проблеми адаптації до умов зовнішнього середовища. На підтримку останнього S. Makridakis, R. Hogarth та A. Gaba [1] та N.N. Taleb, D.G. Goldshtein та M.W. Spitznagel [2], зокрема, стверджують, що значна частина організацій виявились неготовими до економічної кризи саме через нездатність управляти підприємством в умовах невизначеності. Відповідно, виокремлення сучасних тенденцій розвитку економічних процесів дасть змогу сформулювати рекомендації щодо вдосконалення процесу планування на підприємстві.

Мета дослідження. Виділити основні тенденції, які визначають процеси планування на сучасному підприємстві, сформулювати рекомендації щодо удосконалення процесу планування на підприємстві.

Викладення основного матеріалу. Під час аналізування сучасних тенденцій у плануванні дослідження буде розбите на дві частини, а саме: аналізування теоретичних та прикладних досліджень щодо формування системи планування на підприємстві та розроблення рекомендації щодо вдосконалення системи планування в організації.

Однією із ключових тенденцій у плануванні діяльності підприємства останнього періоду є врахування інтересів груп економічного впливу. Варто зазначити, що актуальність цієї тенденції обґрунтовано в [3]. Окрім врахування інте-

ресів груп економічного впливу, в останні роки теорія управління діяльності підприємства, була розвинута набором досліджень, які свідчать про необхідність врахування низку тенденцій у розробленні системи планування в організації.

Іншим фактором, який вплинув на модифікацію методів планування є невизначеність. Істотний рівень невизначеності призвів до необхідності модифікації деяких підходів до планування, які передусім стосувалися особливостей здійснення планування в динамічному середовищі, особливостей стратегічного планування, особливостей прогнозування та особливостей застосування формальних і неформальних методів планування і прогнозування.

Зокрема, як зазначено в [1, 2], світова фінансова криза показала, що значною проблемою багатьох підприємств є відсутність програми дій у разі настання саме екстремальних (крайніх) подій, оскільки вважалося, що вони ніколи не настануть в реальному житті. Відповідно, автори [2] для підвищення ефективності планування на підприємстві пропонують розробки програми дій, яка буде застосовуватися при виникненні найбільш екстремальних ситуацій.

Динамічність зовнішнього середовища також істотно видозмінила підходи прогнозування стану та показників діяльності підприємства. В останні роки проблеми прогнозування із врахуванням динамічності зовнішнього середовища досліджено у багатьох публікаціях. Зокрема підходи до прогнозування досліджували S. Makridakis, M. Hibon [5; 6], N.N. Taleb, D.G. Goldshtein та M.W. Spitznagel [2] тощо.

Наявність зазначених факторів при реалізації процесу планування підтверджується низкою емпіричних досліджень [5]. Зокрема S. Makridakis та M. Hibon [5] протягом 20 років проводили експерименти під назвою M-competition, що були спрямовані на аналізування ефективності методів прогнозування в економічних дослідженнях постфактум. Згідно з таким підходом теоретичні результати прогнозування, отримані із використанням прогнозних моделей перевіряються не з використанням методів оцінювання адекватності, а шляхом порівняння з фактичними даними. На останньому етапі дослідження в якості початкових даних для прогнозування були використані 3003 числових ряди з різних галузей економіки, які стосувалися економічних явищ як на мікро- так і на макро- рівнях. Прогнозування здійснювалось на різні проміжки часу (від 1 місяця до двох років). Такий підхід дозволив порівняти точність прогнозів, отриманих за 24-ма методами прогнозування, які є найбільш поширеними при аналізуванні числових рядів.

Результати цього наукового дослідження [5], а також наукова дискусія з приводу проблем прогнозування [1, 2, 7], дозволили виявити низку тенденцій, на яких має базуватися сучасне наукове прогнозування:

- майбутнє може істотно відрізнятись від теперішнього і тим більше від минулого. Відповідно, немає гарантії того, що тенденції, які були в минулому, будуть і в майбутньому;
- M-competition показало, що всі методи прогнозування є неефективними для довгострокових прогнозів;
- як формальні, так і неформальні методи не дають змоги врахувати та досягнути рівень невизначеності зовнішнього середовища функціонування організації;

- середні значення прогнозів, які розраховані за декількома статистичними методами, вдосконалюють точність прогнозування та знижують величину помилок прогнозів;
- прогнози, зроблені експертами, в основному поступаються за точністю прогнозам, які були отримані за допомогою використання простих статистичних методів;
- середні значення зроблені декількома індивідуумам часто дають можливість удосконалити точність прогнозування.

Табл. Методичні рекомендації щодо удосконалення процесу стратегічного та тактичного планування на підприємстві

Вид планування	Тенденції, які вимагають удосконалення процесу планування	Заходи для врахування тенденцій у процесі планування в організації
Стратегічне планування	Врахування інтересів груп економічного впливу	- формування стратегічних цілей та стратегій із врахуванням інтересів груп економічного впливу; - аналізування зовнішнього та внутрішнього середовищ на предмет взаємодій з групами економічного впливу; - моніторинг середовища функціонування підприємства на предмет появи нових груп економічного впливу
	Динамізм зовнішнього середовища організації	- перехід від прогнозування показників до прогнозування позицій на ринку
	Формалізація процесу планування на підприємстві	- застосування якісних (експертних) процедур та нединамічних кількісних методів
Тактичне планування	Врахування інтересів груп економічного впливу	- формування моделей короткострокового прогнозування, в яких враховані інтереси груп економічного впливу
	Динамізм зовнішнього середовища організації	- врахування тенденцій останніх періодів для здійснення прогнозування; - знаходження середніх значень прогнозів, які отримані за альтернативними моделями
	Формалізація процесу планування на підприємстві	- застосування часових моделей прогнозування

Примітка: розроблено на основі [1-7].

Таким чином, проведене вище аналізування літературних джерел [1-7] дозволило зробити висновок, що основними сучасними тенденціями, які доцільно враховувати під час формування системи планування підприємства, є:

- підвищення ролі соціально-економічних суб'єктів інших ніж менеджмент та власники підприємства, що внаслідок веде до необхідності врахування їхніх інтересів під час формування системи стратегічних та тактичних планів українських та закордонних підприємств;
- динамічність зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство, яке призводить до підвищення рівня невизначеності в середовищі функціонування організації. У середовищі високого рівня невизначеності класичні інструменти планування та прогнозування можуть бути неефективними. Відповідно, необхідним є пошук відповіді на питання про адаптацію існуючих методів (або підходів до їх застосування) та розроблення нових для підвищення якості процесу планування діяльності підприємства в таких умовах;
- необхідність прийняття обґрунтованого рішення щодо застосування формальних і неформальних методів планування та прогнозування для різних економіч-

них ситуацій. Варто наголосити, що незважаючи на істотну критику формального процесу планування та формальних методів планування, емпіричні дослідження показують їхню перевагу порівняно із неформальними.

Враховуючи проведене вище аналізування літературних джерел з проблем сучасного планування, емпіричні дослідження, а також виявлені тенденції розвитку економічної науки в табл. узагальнені методичні рекомендації щодо вдосконалення процесу планування на підприємстві.

Висновки. Отже, запропоновано рекомендації щодо удосконалення процесів планування на підприємстві на основі врахування ключових сучасних тенденцій, які відбуваються в середині підприємства та в його оточенні.

Література

1. Makridakis S. Forecasting and Uncertainty in the Economic and Business World / S. Makridakis, R. Hogarth, A. Gaba // International Journal of Forecasting. – 2009. – № 25. – Pp. 794-812.
2. Taleb N.N. The Six Mistakes Executives Make in Risk Management / N.N. Taleb, D.G. Goldshtein, M.W. Spitznagel // Harvard Business Review. – 2009. – № 10. – Pp. 78-81.
3. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R.E. Freeman. – Boston et al. : Pitman, 1984. – 315 p.
4. Hogarth R.M. Forecasting and planning: and evaluation / R.M. Hogarth, S. Makridakis // Management Science. – 1981. – № 27. – Pp. 115-138.
5. Makridakis S. The M3-Competition: results, conclusions and implications / S. Makridakis, M. Hibon // International Journal of Forecasting. – 2000. – № 16. – Pp. 451-476.
6. Makridakis S. Forecasting Methods for Management. – New York et al. : John Wiley & Sons, Inc., 1980. – 612 p.
7. Hogarth R.M. Cognitive Processes and the Assessment of Subjective Probability Distributions / R.M. Hogarth // Journal of American Statistical Association. – 1975. – № 350. – Pp. 271-289.

Олексив И.Б. Современные аспекты планирования деятельности предприятия: основные тенденции и пути совершенствования

Проанализированы основные тенденции развития современного планирования на предприятии, а именно: необходимость учета интересов социально-экономических субъектов, отличных от менеджмента и собственников предприятия, высокий уровень неопределенности и динамизма среды, в которой работают украинские предприятия, а также необходимость формализации процессов планирования в организации. На основе анализа литературных источников предложены методические рекомендации, которые могут применяться для совершенствования процесса планирования на предприятии путем учета интересов групп экономического влияния и изменчивости среды функционирования.

Ключевые слова: планирование, социально-экономический субъект, неопределенность, динамичность внешней среды.

Oleksiv I.B. Some Modern Aspects of Enterprise Activity Planning: Major Trends and Recommendations for Improvement

Some major trends in current enterprise planning are analysed. They are supposed to be the following: the necessity to consider interests of socio-economic entities different from company managers and owners, high level of uncertainty and dynamism of environment in which Ukrainian enterprises are functioning and the necessity to formalize planning processes in the organization. As the result of literature review the methodical recommendations for improvement that can be used to improve planning processes in the organization are proposed. The improvements can be achieved via considering stakeholder interests and variability of external environment.

Key words: planning, socio-economic entity, uncertainty, dynamics of the external environment.

УДК 338.336:45

Доц. М.І. Викилюк, канд. екон. наук;
здобувач Ю.Є. Мостіпан – ПВНЗ "Європейський університет"

ПОДАТКОВІ УМОВИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розглянуто сучасний стан податкових умов ведення бізнесу в Україні. Обґрунтовано основні засади та проблеми існуючих податкових умов реалізації підприємницької діяльності. Узагальнено моніторингові та соціологічні опитування вітчизняних та зарубіжних вчених і міжнародних експертів у сфері податкових умов ведення бізнесу в Україні та визначено основні негативні чинники у сфері оподаткування. Висвітлено пропозиції щодо необхідності заходів зростання довіри платників податків до податкових органів України з метою покращення податкового клімату та умов ведення бізнесу.

Ключові слова: податки, податкові умови ведення бізнесу, податкові органи, Податковий Індекс України.

Постановка проблеми. В Україні сьогодні нарізла потреба розвитку морально-етичної складової розвитку взаємовідносин між платниками податків та податковими органами. Таку необхідність демонструють результати опитувань щодо низької довіри платників до податкових органів через корупційні механізми працівників податкових служб, зловживань, пов'язаних із податковими злочинами та суб'єктивізму відносно платників податків податківців, результати міжнародного моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичну основу виконання дослідження становили моніторингові та соціологічні опитування вітчизняних та зарубіжних вчених та міжнародних експертів у сфері податкових умов ведення бізнесу В. Антипов, Р. Балан, В. Дедекаєв, Т. Коломієць, В. Коротун, Т. Паянок, Джеймс Оуенз, Юп Ван Люнтерен, Віталій Ільїн, Матс Генріксон та ін. Однак досі багато проблем у цій сфері потребують об'єктивної оцінки та практичних заходів покращення, що й визначає актуальність дослідження.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні сучасних податкових умов ведення бізнесу та визначенні основних перешкод щодо оподаткування та погіршення податкового клімату в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження Світового банку й аудиторської компанії "PriceWaterHouseCoopers" показують, що податкова система України залишається однією з найгірших у світі вже, як мінімум, протягом останніх 2007-2012 рр. і пересунулася з другого на третє найгірше місце у світі. Для порівняння: середня сукупна податкова ставка у світі становить 44,8 % від комерційних прибутків, а в Україні – 57 %; середня кількість податкових платежів за рік – 28, а в Україні – 135; середня кількість часу для здійснення цих платежів – 277 год на рік, а в Україні – 657. Кількість податкових платежів зросла до найбільшого рівня у світі [1].

Дещо покращилися результати України згідно з рейтингом "Ведення бізнесу 2013" (Doing Business 2013) щодо сплати податків, яка не тільки збільшилася свої позиції на 18 пунктів (до 165 місця із 185 країн), а й потрапила до десятки країн – найбільших реформаторів цієї сфери діяльності за останні 7 років (6 місце). Завдяки проведенню податкової реформи в Україні та впровадженню в дію Податкового кодексу України кількість податкових платежів у 2013 р. було скорочено до 28 проти 135 платежів у попередньому періоді, а завдяки запрова-