

РОЗВИТОК ТА СУЧАСНИЙ СТАН ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ МІСТА ІЗМАЇЛ

Розвиток підприємництва сьогодні знаходиться під пильною увагою як держави, так і громадськості. Увага автора приділяється підприємствам хлібопекарської галузі м. Ізмаїл. Автор зауважує на проблемах розвитку найбільш соціальної галузі економіки м. Ізмаїл – хлібопекарства, спираючись на історію її розвитку та сучасний стан. Наголошення на проблемах галузі – відбиток загального занепаду економіки міста та регіону загалом. Автором підіймається актуальне для сучасних шляхів подолання економічної кризи питання сприяння розширенню сфери не лише малого бізнесу, а й середнього. Створення умов для укрупнення підприємств обґрунтовуються впливом різних факторів, серед яких є: підвищення якості продукції регіонального виробника, що важливо як для нього самого, так і для споживачів продукції; впровадження інноваційних технологій; підвищення ефективності роботи підприємств. Автор підкреслює, що укрупнення підприємств хлібопекарської галузі спостерігається і в інших розвинених країнах світу.

Ключові слова: хлібопекарські підприємства, Ізмаїл, банкрутство, мале підприємництво, ринок хлібу.

Шевченко-Перепелкіна Радислава

РАЗВИТИЕ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ХЛЕБОПЕКАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОРОДА ИЗМАИЛ

Развитие предпринимательства сегодня находится под пристальным вниманием как государства так и общественности. Внимание автора уделяется предприятиям хлебопекарной отрасли города Измаил. Автор акцентирует внимание на проблемах развития наиболее социальной отрасли экономики г.Измаил – хлебопекарства, основываясь на историю ее развития и современное состояние. Акцент на проблемах отрасли – отпечаток общего упадка экономики города и региона в целом. Автором поднимаются актуальные для современных путей преодоления экономического кризиса вопросы содействия расширению сферы не только малого бизнеса, но и среднего. Создание условий для укрупнения предприятия обосновывается влиянием разных факторов, среди которых: повышение качества продукции регионального производителя, что важно как для него самого, так и для потребителей продукции; внедрение инновационных технологий; повышение эффективности работы предприятий. Автор подчеркивает, что укрупнение предприятий хлебопекарной отрасли наблюдается и в других развитых странах мира.

Ключевые слова: хлебопекарные предприятия, Измаил, банкрутство, малое предпринимательство, рынок хлеба.

Shevchenko-Perepolkina Radislava

THE BREAD PRODUCTION ENTERPRISES DEVELOPMENT AND CURRENT STATE IN IZMAIL

Business development is under close attention as the states and the public today. The author pays attention to the enterprises of bread production branch of Izmail. The author attention focused on development problems of the most social branch of the economy Izmail –bread production, based on history of its development and current state. Emphasis on branch problems – an imprint of the general decline of the whole region and town economy as well. The actual questions rising by author for the contemporary ways for the economic crisis expansion of the sphere not only small business, but also medium. Creation of conditions for integration of the enterprise locates influence of different factors, among which improvement of production quality of the regional producer that is important both for him, and for consumers of production; introduction of innovative technologies; increase efficiency the work of enterprises. The merger of enterprises of bread production branch is observed and in other developed countries of the world emphasizes by author.

Keywords: bread production enterprises, Izmail, bankruptcy, small business, bread market.

Постановка проблеми. Маємо визнати, що в місті сьогодні велике та середнє підприємництво не розвинене. Отже, економічні кризи періоду становлення ринкової економіки та переважна увага держави до підтримки малого підприємництва призвели до поширення в місті саме суб'єктів малого бізнесу. З одного боку це сприяє конкуренції, проте має і значні недоліки, такі як тінізація прибутків, недодержання технологічних вимог вироблення продукції, низька можливість впровадження інновацій, зниження якості продукції. Про це, зокрема, свідчить і сучасний стан хлібопекарства регіону.

Невирішені раніше частини загальної проблеми полягають, по-перше, в узагальненні окремих фактів розвитку місцевого ринку хлібовиробництва; по-друге, в зверненні уваги підприємців та науковців до проблем розвитку хлібопекарських підприємств, а також пошуку шляхів їх подолання.

Мета статті обумовлена невирішеними проблемами тематики та полягає в дослідженні, аналізі та узагальненні особливостей розвитку хлібопекарських підприємств м. Ізмаїл.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні десятиріччя багато дослідників присвячувало свої роботи проблемам розвитку малих підприємств (Н. Бех, В. Виговська, В. Папп та ін.), зокрема, досліджувалися також питання розвитку хлібопекарства (Г. Ємцева, Н. Костецька, М. Плотнікова та ін.), проте окремі аспекти розвитку підприємств хлібопекарської галузі залишаються поза увагою науковців. Так, економічні показники та особливості діяльності фізичних осіб-підприємців, які працюють в хлібопекарській галузі, приватних хлібопекарень, можна отримати хіба що з декотрих фактів на шпальтах місцевої преси та особистого спілкування з підприємцями. Але сьогодні саме ці підприємства займають велику долю ринку хлібопекарської продукції, особливо у малих містах. Тому, додаткову актуальність пропонованого матеріалу становить узагальнення подібної інформації.

Розвиток підприємств хлібопекарської галузі розглянемо в історичному аспекті на прикладі м. Ізмаїл. В 1972 року в Ізмаїлі відкрився хлібокомбінат, на сьогодні - середнє підприємство, яке забезпечувало м. Ізмаїл та район хлібопекарською продукцією. На той час чисельність населення м. Ізмаїл становило 70 тис. осіб. Проте, у силу проблем, пов'язаних із розпадом Радянського Союзу та становленням ринкової економіки: втрати постачальників сировини, значного підвищення цін на енергоносії та тої ж самої сировини, започаткування діяльності приватних хлібопекарень, які в 90-х роках мали змогу виробляти значно більш дешеву продукцію, велике за мірками міста підприємство, незважаючи на всі спроби порятунку, у 2008 році збанкрутувало. Банкрутство підприємства було викликане не лише зовнішніми факторами: підвищенням конкуренції з боку малих підприємств, урізноманітненням їх продукції, подорожчанням собівартості продукції, фінансовими кризами, але й внутрішніми: відсутністю гнучкості менеджменту, високою собівартістю продукції, неспроможністю до реструктуризації. Місце хлібокомбінату відразу зайняли приватні хлібопекарні «Текнор», «Мельком» та низка інших, переважно тінювих. Реагуючи на зміну ринкових умов та на соціальну значущість галузі, місцева влада відкрила муніципальну пекарню «Ізмаїл-хліб». Її будівництво обійшлося місту у 556 тис. грн. Пекарня розрахована на виробництво 3 тис. тон хлібобулочних виробів в асортименті. При пекарні працював відділ маркетингу, тут же був відкритий магазин та ще дві власні торговельні точки – 2 кіоски на головних вулицях міста. Продукція «Ізмаїл-хліб» поставлялася в більш ніж 30 торговельних точок по місту. Проте, не дивлячись на дієву структуру управління, місцеві дотації та сучасне обладнання, пекарня проіснувала до 2010 року. Зокрема, в економічному обґрунтуванні рішення про припинення діяльності підприємства говорилося, що 2010-й рік виявився не результативним: якщо за 2008 рік було випущено 498,1 тонн хлібобулочної продукції, то в 2010-м обсяги виробництва впали до 225,5 тонни. Примітно, що піковим роком за обсягами податків і зборів став 2007 рік (348,4 тисячі гривень), але й 2010 року комунальне підприємство сплатило в бюджети всіх рівнів 296,1 тисячі гривень. Правда, і кредиторська заборгованість, що в 2007 році склала 103,4 тисячі гривень, а потім стала зменшуватися по роках до 86,5 тисячі гривень в 2008 році й 17,4 тисячі в 2009-м, у 2010 році різко збільшилася до 91,6 тисячі гривень в умовах спаду обсягів виробництва. Таке положення справ пов'язано з тим, що скоротилася торговельна мережа (через втрату частини хлібних магазинів) і відповідно скоротилися обсяги продажів. Сьогодні «Ізмаїл-хліб» цілим виробничим комплексом передано в оренду приватному підприємству, але виробництво хліба на базі цієї пекарні припинено.

Не ліпші ситуації спіткали і інших суб'єктів малого бізнесу цієї галузі – за часи існування приватного хлібопечіння в місті збанкрутувало більше 10 суб'єктів. Найбільш яскравий випадок –

припинення діяльності пекарні ТОВ «Альфа-Текнор», яке відбулося в 2009 році. ТОВ «Альфа-Текнор» було створене у 1994 році як багатопрофільне підприємство, що мало 5 видів діяльності, такі як виробництво хлібобулочних виробів, експертиза ринкової вартості, ріелторська діяльність, магазин продовольчих товарів, комерційний відділ з підвідділом постачання. Протягом п'ятнадцяти років пекарня була одним із лідерів хлібопечіння в місті, однак різкі підвищення цін на сировину, паливо, економічна криза 2008 року, змусили керівництво прийняти рішення про припинення хлібопекарського напрямку своєї діяльності.

Таким чином, складні економіко-правові обставини початку 90-х – кінця 2000-х призвели до ситуації, в якій місто опинилося без муніципальних чи державних хлібопекарських підприємств. Але, не дивлячись на складну економічно-правову ситуацію та жорстке адміністративно-правове регулювання галузі, у місті активно розвивається приватний сектор хлібопекарства.

Сьогодні ринок хлібобулочних виробів м. Ізмаїл представлений одним підприємством-юридичною особою, яке займається багатопрофільною діяльністю, та фізичними особами-підприємцями (ФОП), чисельність працівників на останніх не перевищує 10 осіб. Структура виробництва хлібобулочної продукції різними суб'єктами у м. Ізмаїл наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Виробники хлібобулочної продукції м. Ізмаїл

Підприємство/ФОП	Частка продукції, %
1.ФОП Іванов О.В.	25,2
2.ТОВ «Бархан»	17,9
3.ТМ «Лідер»	12,7
4.ФОП Петков	11,9
5.ФОП Орлова Н.І.	11,8
6.ФОП Решетників	10,9
7.ФОП Паску С.С.	9,6

Як видно з наведених даних, безпосередньо в м. Ізмаїл найбільшим виробником хлібобулочних виробів є ФОП Іванов О.В. – доля виробництва якого за офіційною статистикою складає 25,2 %. Підприємець Іванов має свою торговельну марку «Хліб Краснодарський», значну номенклатуру хлібобулочних виробів та лояльну цінову політику. Реалізація продукції відбувається через власну розвинену мережу хлібних кіосків (понад 20), супермаркети, продовольчі магазини міста та району. Деякі види продукції запаковані. Він також є найбільший в місті постачальник продукції до таких установ, як дитячі садки, школи, лікарні.

ТОВ «Бархан», розпочавши свою діяльність із торговельної діяльності сьогодні виступає другим за часткою виробництва хлібобулочних виробів (17,9 %). ТОВ зорієнтовано на постачання «дешевого» хліба. У виробництві підприємства лише 5 найменувань продукції, але підприємство має широку мережу розповсюдження своєї продукції, зорієнтовану не лише на місто, але й на район. Постачання продукції здійснюється у 28 продовольчих магазинів міста та у 10 сіл району.

Треба відзначити, ТМ «Лідер», яке займає третю позицію, об'єднує двох приватних підприємців Курганову Н. С. та Курганова А.І.

Економічне зростання будь-якого підприємства в сучасних умовах великою мірою залежить від його здатності вчасно адаптуватися до зовнішніх (політичних, економічних, інформаційних та технологічних) змін та реагувати на попит споживачів.

ТМ «Лідер» пішло по шляху диверсифікації («диверсифікація» у «Економічній енциклопедії» за редакцією професора Мочерного С.В. - процес розширення номенклатури продукції, яку виробляють окремі фірми та об'єднання [3, с. 72]) та обґрунтованої маркетингової політики.

По-перше, в асортименті ТМ «Лідер» - велике різноманіття продукції (28 найменувань хлібобулочних виробів та 36 найменувань тортів й тістечок). ТМ «Лідер» має розвинену власну торговельну мережу (16 міні-магазинів) та постачає продукцію у більшість продовольчих магазинів міста. Ціновий асортимент дуже широкий: від майже «соціальних» цін до «елітних».

Останні чотири виробників займають приблизно однакову частку виробництва хлібобулочної продукції (їх частка коливається у межах 11,9 – 9,6%). Так, ФОП Петков виробляє близько 11,9 % хлібобулочних виробів в місті. Має невелику номенклатуру продукції, але налагоджені зв'язки з реалізаторами продукції – місцевими продовольчими магазинами та постачає продукцію до деяких бюджетних установ (дитячі садки).

ФОП Орлова - послідовник одного з найперших приватних підприємств міста, розпочинало своє існування як ТОВ «Мельком», згодом було реорганізоване у приватне підприємство, пекарню перенесено до місця розташування млину, який побудував колишній власник ще «Мелькому». Колись «Мельком» у місті займав перше місце за якістю продукції, але конкуренція та жорстка політика регулювання цін на хліб призвели не лише до скорочення виробництва, але й до зниження якості продукції. Сьогодні ФОП Орлова намагається відновити позиції колишнього «Мелькому», однак підприємству не вистачає виваженої маркетингової політики та коштів, щоб ефективно конкурувати з іншими підприємствами. Постачання продукції здійснюється до продовольчих магазинів міста та найближчих сіл.

У ФОП Решетників відсутні власна торгівельна мережа. Також значним недоліком є відсутність пакувального обладнання.

Наступний виробник – ФОП Паску С.С.– найновіше підприємство з виробництва хлібобулочних виробів в місті. У 2009 році відбулося виділення ПП Паску з ТМ «Лідер». Підприємством придбане новітнє обладнання. Особливість цієї пекарні полягає у тому, що сторонній спостерігач (споживач продукції) може на власні очі побачити увесь процес виробництва. І хоча, у силу недовгого часу існування пекарні та нерозвинутої торгівельної мережі (ФОП Паску має власний магазин у пекарні та кіоск біля центрального ринку, постачає свою продукцію у декілька продовольчих магазинів міста), керівництво пекарні своєю ринковою перевагою вважає високу якість продукції. Крім хлібобулочних виробів, ФОП Паску виготовляє торти.

Отже, як бачимо, частка, яку займає підприємство на ринку хлібобулочних виробів міста, не залежить від обраної стратегії (диверсифікації, орієнтування на соціальні сорти хлібу, наявності власної торгівельної мережі чи ін.), переважно, кількість реалізації залежить від потужності підприємства.

Окрім приватних підприємств та ТОВ «Бархан» на ринку хлібобулочних виробів діє власна пекарня супермаркету «Таврія – В», продукція якої реалізується у власній торгівельній мережі.

Подібне виробництво хліба та хлібобулочних виробів має певні пріоритети:

- відсутність витрат на транспортування хліба;
- не потребує створення окремого апарату управління підприємством (слідкування за діяльністю пекарні проводиться безпосередньо керівниками та підпорядкованими їм підрозділами магазинів);
- можливість реалізації свіжого та гарячого хліба;
- використання ротерних печей для виробництва хліба, які дозволяють отримати більш пухкий та м'який хліб, на відміну від великих підприємств, на яких використовують тунельні печі;
- слідкування за швидкою зміною попиту на хлібобулочну продукцію, що в свою чергу дозволяє виробляти саме ті вироби які користуються більш підвищеним попитом в необхідних обсягах;
- можливість утримання ціни на нижчому рівні, а ніж у конкурентів (за рахунок зниження витрат по вище перерахованим напрямкам);
- наявність сильного бренда;
- швидке реагування на скарги за неякісні вироби (грошове відшкодування вартості неякісної продукції);
- виробництво хліба для найменш забезпечених верств населення (за рахунок придбання муки з держрезерву).

Це головні риси які впливають на ефективність роботи пекарень при супермаркетах. Окрім зовнішнього вигляду та упаковки продукції супермаркети застосовують низку вимог на дозвіл торгівлі у мережі магазинів, М. Коваленко ототожнює їх з ціною дискримінацією харчових підприємств [6, с. 4] :

- плата за вхід до мережі або оплата місця на полицях (товаровиробник сплачує в залежності від торгової площі мережі, зайнятої під продукцію виробника);
- бонуси продукцією (за підсумками звітного періоду, в залежності від обсягів реалізації, товаровиробник поставляє частину своєї продукції в торгівельну мережу);
- оплата за маркетинг (оплата за проведення так званих промо-акцій (промоушен-акцій));
- широке застосування ретро-знижок та ретро-бонусів, які представляються постачальником після завершення звітного періоду при надходженні певної кількості товару до торгівельної мережі;

- відстрочка платежів по поставкам хлібобулочної продукції (продукція яка має строк реалізації не більше 36 годин) до 45 діб та більше.

Звичайно, що такі умови торгівлі негативно впливають на діяльність хлібопекарських підприємств. Особливо сильно це відображається на малих низькодохідних підприємствах, які потребують постійного та своєчасного поповнення оборотних коштів для простого (розширеного) відтворення.

Також, на ринку хлібобулочних виробів присутні і виробники з інших міст, так найбільшим попитом у споживачів користуються товари ТМ «Одеський коровай» та хліб «Суворовський». У районі спостерігається також випічка хлібу самотужки сільським населенням у зв'язку з впливом різних факторів, серед яких досить важливим є отримання пшениці за орендовані земельні паї та низьку платоспроможність сільського населення.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Як бачимо, сучасний стан хлібобулочного виробництва м. Ізмаїл обумовлений важливими реструктуризаційними процесами у минулому. Але мале підприємство не може вирішити усіх проблем. Як свідчить світовий та вітчизняний досвід, кількість дрібних приватних хлібопекарень дедалі зменшується. Як підтвердження такого висновку можемо навести приклад Берліну, у якому два великих підприємства забезпечують 70% потреби міста в хлібі, хоча раніше в країнах Західної Європи хлібопекарський бізнес був представлений, в основному, численними міні-підприємствами [5].

Діяльність сучасних хлібопекарських підприємств має базуватися на розумінні потреб споживачів із зростаючими вимогами щодо якості продукції, враховуючи необхідність впровадження європейських стандартів, що потребує відповідних коштів. Маємо зробити висновок, що місткість більшості регіональних ринків хліба вже заповнена, проте такі ринки мають можливості до зростання та укрупнення підприємств шляхом злиття і поглинання, що в перспективі сприятиме підвищенню рентабельності та забезпеченню конкурентоспроможності підприємств, а для конкретного споживача це буде означати – підвищення якості продукції.

Література

1. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. – 2010. – №1(26). – С.16-18.
2. Виговська В. В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С.59–64.
3. Економічна енциклопедія: У 3 т, / Ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред) та ін. – К.: Академія, 2002. –952 с.
4. Еремина Е. Измайльськийхлебокомбинат: время испытаний / Е.Еремина // Советский Измаил. – 2000. – 19 апреля. – С. 2.
5. Ємцева Г. Ф. Сучасний стан та тенденції діяльності підприємств хлібопекарної галузі / Г.Ф Ємцева // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1385/1>
6. Коваленко М. Давайте торговать дружно! / М. Коваленко // Хлебопродукты. 2008. – № 3. – С. 4-5.
7. Колотенко Л. Тенденция дама коварная. / Л. Колотенко // Советский Измаил. – 2000. – 1 августа. – С. 2.
8. Костецька Н. Аналіз діяльності хлібопекарської промисловості у контексті стратегічного розвитку галузі / Н. Костецька // Вісник ТДЕУ. – 2006. – № 2. – Тернопіль: Видавництво ТДЕУ, 2006. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [/http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/LtqHpt.pdf](http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/LtqHpt.pdf).
9. Лозовая Н. Перебои с хлебом, что случилось? / Н.Лозовая // Советский Измаил. – 1991. – 21 сентября. – С. 1.
10. Лузанов С. Хвала рукам, что пахнут хлебом! / С. Лузанов // Собеседник Измаила. – 2002. – 2 ноября. – С. 2.
11. Никанорова Т. Почему бедствует наш хлебокомбинат? / Т. Никанорова // Измаил. – 1998. – № 73. – С. 1.
12. Папп В. В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні / В.В. Папп // Бізнесінформ – 2013. – №6. С. 160 – 164.
13. Плотнікова М.Ф. Стратегічні орієнтації підприємств хлібопекарської промисловості / М.Ф.Плотнікова, В.В. Мосейчук // Економіка АПК. – 2007. – № 12. – С. 42.

14. Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Неспроможність до реструктуризації – шлях до банкрутства: регіональний аспект / Р.І. Шевченко-Перепьолкіна // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки – Донецьк: Юго-Восток, 2012. – Вип. 2 (38). – 249 с. - С. 182-184.

1. Bex N. Osobly`vosti rozvy`tku ta funkcionuvannya malogo i seredn`ogo biznesu v Ukraini / N. Bex // Galy`cz`ky`j ekonomichny`j visny`k. – 2010. – #1(26). –S.16-18.

2. Vy`govs`ka V. V. Maly`j biznes Ukrainy: suchasny`j stan i tendenciya rozvy`tku / V. V. Vy`govs`ka // Aktual`ni problemy` ekonomiky. – 2009. – # 1. – S.59–64.

3. Ekonomichna ency`klopediya: U 3 t, / Red. kol.: S. V. Mocherny`j (vidp. red) ta in. – K.: Akademiya, 2002. –952 s.

4. Eremy`na E. Y`zmay`l`sky`j xlibokomby`nat: vremena y`sprytany`j / E.Eremy`na // Sovetsky`j Y`zmay`l. – 2000. – 19 aprelya. – S. 2.

5. Yemceva G. F. Suchasny`j stan ta tendenciya diyal`nosti pidpry`yemstv xlibopekarnoyi galuzi / G.F Yemceva // [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1385/1>

6. Kovalenko M. Davajte torgovat` družhno! / M. Kovalenko // Xleboпродукты. 2008. – # 3. – S. 4-5.

7. Kolotenko L. Tendency`ya dama kovarnaya. / L. Kolotenko // Sovetsky`j Y`zmay`l. – 2000. – 1 avgusta. – S. 2.

8. Kostecz`ka N. Analiz diyal`nostix libopekars`koyi promy`slovosti u kontekstistategichnogorozvy`tkugaluzi / N. Kostecz`ka // Visny`k TDEU. – 2006. – # 2. –Ternopil`: Vy`davny`cztvo TDEU, 2006. [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: [/http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/LtqHpt.pdf](http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/LtqHpt.pdf).

9. Lozovaya N. Pereboy` s xlebom, chto sluchy`los`? /N.Loizovaya // Sovetsky`j Y`zmay`l. – 1991. – 21 sentyabrya. – S. 1.

10. Luzanov S. Xvala rukam, chto paxnut xlebom! / S. Luzanov // Sobesedny`k Y`zmay`la. – 2002. – 2 noyabrya. – S. 2.

11. Ny`kanorova T. Pochemu bedstvuet nash xlibokomby`nat? / T. Ny`kanorova // Y`zmay`l. – 1998. – # 73. – S. 1.

12. Papp V. V. Suchasny`j stan i tendencyirozvy`tku malogo pidpry`yemny`cztva v Ukraini / V.V. Papp // Biznesinform – 2013. – #6. S. 160 – 164.

13. Plotnikova M.F. Strategichgi oriyentaciyi pidpry`yemstv xlibopekars`koyi promy`slovosti / M.F.Plotnikova, V.V. Mosejchuk // Ekonomika APK. – 2007. – # 12. – S. 42.

14. Shevchenko-Perep`olkina R.I. Nespromozhnist` do restruktury`zaciyi – shlyax do bankrutstva: regional`ny`j aspekt / R.I. Shevchenko-Perep`olkina // Prometej: regional`ny`j zbirny`k naukovy`x prac`z z ekonomiky` – Donecz`k: Yugo-Vostok, 2012. – Vy`p. 2 (38). – 249 s. - S. 182-184.

Рецензент Балджи М.Д., д.е.н., професор кафедри економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету.

20.02.2014

УДК 657

Яцунська Олеся

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ОБ'ЄКТА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ – ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ

У публікації здійснено дослідження сутності поняття «життєвий цикл об'єкта основних засобів» та проведено уточнення його стадії та етапів. Наведено найбільш прийнятні наукові підходи щодо оцінки основних засобів. З позиції динамічного підходу до оцінки та враховуючи вимоги вітчизняних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, визначено види оцінки відповідно до стадій життєвого циклу об'єкта основних засобів з метою забезпечення повного використання інформації про об'єкт дослідження для потреб ефективного управління та складання якісної фінансової звітності. Наукова новизна дослідження полягає в удосконаленні існуючих наукових класифікацій оцінок стосовно виділення на стадіях обігу активів, а саме стадій життєвого циклу об'єктів основних засобів.

Ключові слова: проект, інвестиційний проект, життєвий цикл проекту, життєвий цикл об'єкта основних засобів, стадії обігу активів, оцінка.