

життя між країнами з "закритою" економікою і тими, хто дотримується принципів вільної торгівлі, постійно зростає. Втім, альтерглобалізм говорить про іншу нерівність – між людьми, і саме тут вони помиляються. У країнах, що відкрили двері для торгівлі й інвестицій, спостерігається швидке зростання середнього класу, а значить, нерівність між людьми за рівнем доходів не зростає, а скорочується" [1].

По-третє, супротив наднаціональних неурядових організацій та суб'єктів управління національного рівня в питаннях домінування при прийнятті стратегічних рішень держав. Сьогодні уряди держав очевидно є абсолютно неавтономними та такими, що не здатні запроваджувати більшість важливими дій без консультування та узгодження із міжурядовими та неурядовими структурами. Найбільш впливовими організаціями є, безумовно, фінансові та військово-політичні, які здатні суттєво коригувати національну політику багатьох держав, що знаходяться у потенційній або реальній залежності від них.

1. Palmer T. *Globalization is grrreat!* [Електронний ресурс] / T. Palmer // *Cato's Letter : A quarterly message on liberty.* – Fall 2002. – Volume 1. – Number 2. – 8 p. – *Electronic resource.* – Mode of access: World Wide Web: Access: . <https://object.cato.org/sites/cato.org/files/pubs/pdf/catosletterv1n2.pdf> (viewed on April 25, 2017). – Title from the screen

Мірошник Р.О.

к.е.н., доцент

Лазурко М.І.

студент

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Ринок кондитерських виробів в Україні є одним з найрозвиненіших у харчовій промисловості. Саме тому кондитерська галузь посідає важливе місце в економіці України. Вона є однією з небагатьох галузей промисловості України, яка є самодостатньою, розвинутою та повністю сформованою. Її особливістю є повна орієнтація на кінцевого споживача. Ринок кондитерських виробів вирізняється серед інших великим попитом з боку населення, адже майже усі люди споживають у своєму раціоні кондитерські вироби. Зі зростанням реальних доходів населення його купівельна спроможність зростає, зростає і попит на продовольчі товари, як наслідок, посилюються вимоги до якості виробленої продукції [1].

На ринку кондитерських виробів присутні кілька великих світових концернів – це Nestle (АТ «Львівська кондитерська фірма Світоч»), Kraft foods (АТ «Крафт Фудз Україна»), Western NIS Enterprise Fund (АТ «АВК»), Sigma Bleyzer (АТ «Полтавакондитер»), Trilini International (АТ КФ «Харків'янка»). Решта фабрик в більшості своїй належать колективу підприємства і українським інвесторам [2].

Кондитерський ринок України представлений декількома виробниками – Кондитерська корпорація «Roshen», «Конті», «АВК», Корпорація «Бісквіт-Шоколад», Житомирська кондитерська фабрика «Житомирські Ласощі», Компанія «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна» (до 2014 року називалось «Крафт Фудз Україна»), ПАТ «Полтавакондитер», ПрАТ «КФ «Лагода», ПрАТ «Одесакондитер» та ін [2].

У 2015-2016 роках виробництво кондитерської продукції в Україні скоротилося. Основними факторами негативного впливу на кондитерський ринок стала девальвація гривні, падіння купівельної спроможності населення, військовий конфлікт на сході України, а також закриття одного з головних ринків збуту – Росії.

На сьогодні в Україні існує чотири основні проблеми розвитку кондитерської галузі, а саме:

- зниження купівельної спроможності населення, що спричинило знецінення курсу гривні, зростання вартості комунальних послуг, зменшення реальної вартості грошей;
- проблеми пов'язані з ринками збуту – втрата ринку збуту в Росії, не спроможністю знайти нові ринки та канали просування продукції;
- фінансові проблеми, що пов'язанні із коливанням курсу валют, високою вартістю кредитних ставок, зростання вартості енергоносіїв тощо;
- проблеми пов'язані з внутрішньою політикою держави – нестабільна політична ситуація в Україні, бойові дії на сході держави, корумпованість влади тощо.

Однією з найважливіших проблем розвитку кондитерської промисловості в Україні постає відсутність власних коштів на реконструкцію виробництва. Здебільшого ця проблема стосується малих виробників, адже вони є слабо модернізованими, а їхні ринки збуту обмежені. Через це вони не можуть конкурувати з великими виробниками.

1. Шестак О.В. *Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі* / Шестак О.В. // *Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства.* - Харків: НТУ «ХПИ», 2013. – No 6(980). – С. 132-137.

2. Дем'яненко К.А. *Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах* / Дем'яненко К.А. // «*Young Scientist*» – No 9 (36), september, 2016. – С. 45-50.

Новицька Н.С.

студентка

Пошивалова О.В.

доцент

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ В ТОРГІВЛІ

Виокремлення управлінського аналізу із загальної облікової системи економічного суб'єкта дозволяє підприємствам більш ефективно управляти ресурсами та витратами, орієнтуючись на кінцеві результати. Управлінський аналіз в торгівлі, вирішуючи питання щодо формування витрат, оцінки ефективності використання ресурсів, формує обґрунтовані управлінські рішення, що в свою чергу сприяє більш ефективному управлінню підприємством в умовах ринкової економіки.

Сфера торгівлі знаходиться в постійному розвитку, а тому потребує вдосконалення управління в організаціях. Питання щодо аналізу в діяльності торговельних підприємств неодноразово висвітлювалось в працях різних вчених, наприклад, Н.С. Шевчук і О.М. Гайдаєнко [1], І.В. Сіменко [3], О.В. Фоміна [6], В.Т. Ушакова [5], Гринів Б. В. [2] та ін. Відтак наявність системи інформаційного забезпечення та інформаційної бази, а також розвиток і розробка нових інструментів і технологій управлінського аналізу набуває особливої актуальності та подальшого дослідження, що допоможе в виявленні та прийнятті більш правильних управлінських рішень на торговельних підприємствах.

Оскільки торгівля являється посередницькою діяльністю з просування товарів від виробників до споживачів, яка може здійснюватися за допомогою оптової чи роздрібною торгівлі, то сфера торгівлі є достатньо великою та має свої риси. Серед особливостей в торговельній діяльності головні можна виділити такі [4]:

- підприємства не займаються виробництвом продукції, а мають справу лише з товарами, придатними для продажу;
- основний результат діяльності – товарообіг, а не виручка від реалізації продукції;
- структурна основних і оборотних коштів відрізняється від структури у промислових підприємствах: вона функціонує у сфері обігу, а не у сфері виробництва. Найбільш важливу роль в оборотних активах відіграють товарні ресурси;