

б) Запобігання зростанню цін виробників шляхом надання можливості суб'єктам господарювання відносити прискорену амортизацію не на витрати виробництва, а на зменшення оподаткованої частини прибутку.

Необхідність регулювання політики ціноутворення суб'єктів господарювання є наслідком надання підприємствам права самостійно обирати методи нарахування амортизації. Така ситуація є негативною (виключенням із правил) і потребує для зрівноваження наявності іншого, не менш важливого, економічного ефекту (чого не досягнуто). Одним із таких ефектів могла б стати активізація інвестиційної діяльності. Проте, цього не відбулося, бо паралельно з наданням прав вибору методів нарахування амортизації, держава не простимулювала суб'єктів господарювання використовувати, сформовані за рахунок амортизаційної політики, ресурси на інвестиційні цілі.

Важливо зазначити, що використання прискореної амортизації не лише збільшує собівартість продукції протягом першої третини (половини) терміну корисного використання об'єкту основних засобів, а й зменшує собівартість продукції у наступних періодах (другій половині строку корисного використання об'єкту основних засобів). Про необхідність регулювання такої ситуації у Концепції амортизаційної політики нічого не сказано.

Отже, аналіз вітчизняної практики реалізації амортизаційної політики засвідчив невідповідність діючої Концепції амортизаційної політики вимогам економічних відносин сьогодення та потребу в її удосконаленні.

*1. Про концепцію амортизаційної політики : указ Президента України № 169/2001 від 7 березня 2001 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/169/2001>.*

**Мних Я.І.**

студентка гр. МОРМ-11

**Кулініч Т.В.**

к.е.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

## **СПОЖИВЧІ ПЕРЕВАГИ ТЕПЛОІЗОЛЯЦІЙНИХ ТА ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ВІТЧИЗННОМУ РИНКУ**

Сучасні тенденції розвитку внутрішнього ринку України сфери торгівлі характеризуються поступовою зміною його структури, зокрема в сегменті непродовольчих товарів. Одним із найдинамічніших ринків останнього десятиліття є ринок будівельних матеріалів (БМ), який відзначається щорічним збільшенням частки у структурі роздрібного та оптового товарообороту. За оцінками аналітиків, якщо в Європі ринок БМ зростає щорічно на 2-3%, то в Україні – 12-15% [1].

На сьогоднішній день ринок торгівлі будівельними матеріалами динамічно розвивається, проходить трансформацію, відбувається зміна вимог та уподобань клієнтів щодо представленої на ньому продукції. Відповідно, в таких умовах навіть перед успішними та уже відомими підприємствами постає досить складне завдання: як утримати свої позиції на ринку та зберегти ефективність діяльності [2]. Оскільки будь-яке підприємство визначає орієнтири діяльності відносно вподобань та потреб його потенційного споживача, який, своєю чергою, купуючи товар, виходить з його найбільшої вигоди та корисності, то виробничій і збутовій підсистемі будівельного комплексу необхідно формувати споживчі переваги БМ, орієнтуючись на характерні запити суспільства.

Підвищення вимог до енергозбереження тепловіддачі будинків і постійне зростання цін на енергоносії, призвело до переходу значної частини населення в режим

економії. Сучасний споживач все більше зосереджує увагу на необхідності та доцільності економії, шукає можливості щодо її досягнення, внаслідок чого відбувається збільшення попиту на теплоізоляційні матеріали та технології енергозбереження. Саме їх застосування сприяє більш ефективному використанню паливно-енергетичних ресурсів, а також, що найважливіше, це дозволяє значно зменшити грошові затрати.

Відповідно до цього, ринок БМ висуває численні пропозиції щодо формування і оновлення асортименту теплоізоляційних та енергозберігаючих матеріалів.

Можна виділити такі основні актуальні для українців споживчі переваги БМ:

- теплопровідність або проведення матеріалом тепло (чим нижча теплопровідність, тим краще зберігатиме тепло матеріал); дана ознака впливає на термічний опір огорожувальних конструкцій;
- стійкість (міцність) – витримування матеріалом високих механічних впливів, його жорсткість;
- пружність – опір матеріалу до впливу зовнішніх сил, які можуть створювати його деформацію;
- паропроникність – дифузія матеріалом водяної пари;
- водопоглинання – здатність матеріалу вбирати і утримувати вологу;
- звукоізоляція – наявність акустичних властивостей, що дають змогу покращувати звукоізоляцію приміщення і знижувати звуковий поріг у сусідніх приміщеннях;
- вогнестійкість – властивість витримувати високі температури без порушення структури, загорання;
- безпечність для здоров'я – екологічність і нешкідливість (передусім, для здоров'я людини) матеріалів даного типу.

На сьогоднішній день найбільшої популярності як і в будівельних роботах, проектуванні, так і серед звичайних заходів щодо модифікації житла, набули скловатні, мінераловатні, пінополістирольні та поліуретанові матеріали, а також енергозберігаючі фарби. У табл. нами зведено найпопулярніші асортиментні групи будівельних матеріалів та їх відповідність критеріям оцінювання відносно споживчих переваг.

Наведені порівняльні характеристики теплоізоляційних та енергозберігаючих матеріалів дозволяють робити оптимальний вибір з урахуванням необхідних властивостей і якостей при плануванні робіт з підвищення рівня енергозбереження будівельних об'єктів [3].

Таблиця 1

**Оцінювання різних видів теплоізоляційних та енергозберігаючих матеріалів за їх споживчими перевагами**

Тип матеріалу	Характеристики (оцінка наявності (+/-))							
	теплопровідність	стійкість	пружність	паропроникність	водопоглинання	звукоізоляція	вогнестійкість	безпечність для здоров'я
Скловата	+	+	+	+	+	+	+	+
Мінеральна вата	+	-	-	+	+	+	+	+
Пінополістирол	+	+	-	-	+	-	-	-
Поліуретан	+	+	+	-	+	-	-	+
Енергозберігаючі фарби	+	+	+	+	+	+	+	+

Відповідно до цього можна сформувані основні переваги використання БМ, розглянутих у табл.:

- зниження інвестиційних витрат на опалювальну систему / котел, яке відбувається за рахунок зменшення потреб у теплових потужностях;
- запобігання усадочних і механічних деформацій зовнішніх стін, яке відбувається за рахунок малих коливань температур у конструкційному шарі;
- досягнення підвищення гідрофобних властивостей стін;
- забезпечення високого рівня енергозбереження і, як наслідок, зниження (до 60%) витрат на опалювання будівлі [3];
- створення більш сприятливого мікроклімату всередині самої будівлі.

Отже, враховуючи те, що український споживач прямує до оптимізації використання паливно-енергетичних ресурсів задля зменшення своїх грошових витрат, то він вбачатиме доцільність у застосуванні енергозберігаючих матеріалів. Відповідно, його рішення щодо споживання названих товарів стане основою для створення попиту на інноваційну будівельну продукцію, а отже, визначення споживчих переваг цієї продукції (товарів) для свого потенційного споживача прокладає шлях до отримання гарантованого прибутку виробничою і збутовою підсистемами будівельного комплексу України.

1. Коломієць М.І. *Особливості розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні* / М.І. Коломієць : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ecfor\\_2013\\_3\\_4.pdf](http://ecfor_2013_3_4.pdf).

2. Панченко Я. *Проблеми та перспективи розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні* / Я. Панченко : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://conf.htei.org.ua/wp-content/uploads/2015/03/Panchenko.pdf>.

3. *Офіційний сайт «Ecoenergy»* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ecoenergy.dilovamova.com/>

**Мужеляк М.М.**

аспірант кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

## **РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА З КСВ В ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Ефективність системи управління соціально відповідальною діяльністю машинобудівних підприємств залежить від ряду факторів, одним із яких є особливості її організаційного забезпечення. Теоретичне дослідження змісту поняття «організаційне забезпечення» дозволяє виділити три ключові підходи – структурний, нормативний, процесний, кожен із яких передбачає формування організаційної структури [6, с.61]. Нагадаємо, що згідно із ст. 64 Господарського кодексу України до організаційної структури підприємства включають виробничі (цехи, дільниці, бригади тощо) та функціональні (управління, відділи, служби тощо) структурні підрозділи [1]. Таким чином, під організаційною структурою системи управління соціально відповідальною діяльністю машинобудівного підприємства слід розуміти сукупність взаємопов'язаних між собою структурних підрозділів, завданням яких є розробляти та приймати управлінські рішення з метою реалізації економічних, екологічних, соціально-трудових та суспільних заходів, що відповідають окремим сферам корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Важлива роль в організаційній структурі системи управління соціально відповідальною діяльністю машинобудівних підприємств відводиться менеджеру з