

технічного рівня виробництва передбачає зниження трудомісткості надання послуг і більш ефективне використання всіх його ресурсів.

Чинники, які впливають на технічний рівень СТО наступні [2]: рівень механізації і автоматизації виробництва; рівень прогресивності технологічних процесів; середній вік технологічних процесів; середній вік технологічного обладнання; фондоозброєність праці працівників фірми.

Основними напрямками підвищення технічного рівня СТО ми вважаємо НТП і використання сучасних технологій ремонту [1]: комп'ютеризація виробництва та управління на всіх рівнях і у всіх областях; вдосконалення технологій; розширення застосування нанотехнологій; створення матеріалів з наперед заданими властивостями, композиційних і синтетичних матеріалів; розвиток теорії і практики менеджменту; лазерні технології; плазмові технології; вакуумні технології; імпульсні технології; обробка вибухом; електрофізичні та електрохімічні методи обробки; безвідходні малоопераційні, безлюдні технології.

Використання даних напрямків дозволить на нашу думку значно підвищити технічний рівень підприємств автосервісу.

### **Література**

1. Гевко Р. Б., Вітровий А. О. Основні організаційно-технічні принципи створення і модернізації СТО // Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу „Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку України в умовах проведення системних реформ”. Секція № 6. Удосконалення економічного механізму в агропромисловому комплексі при різних умовах власності. 11 квітня 2012р. Тернопіль, ТНЕУ, 2012. – С. 40 – 42.

2. Вітровий А. О. Напрямки розвитку автосервісу в Україні // Збірник тез доповідей наукової конференції професорсько-викладацького складу «Економічні, правові, інформаційні та гуманітарні проблеми розвитку» Тернопіль ТНЕУ 2009. –С. 26-28.



**Софія Ковальська**

*Рівненський державний аграрний коледж*

### **БУХГАЛТЕРСЬКА ПРОФЕСІЯ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

Питання розвитку бухгалтерського обліку відповідно до умов сьогодення та перспективного розвитку економіки країни завжди було, є і буде актуальним. Україна не є винятком з цього правила, а скоріше потребує прориву наукової думки в означеному напрямі.

На нашу думку, внесок бухгалтерської професії у розвиток економіки як підприємства, так і суспільства та держави, в кінцевому рахунку зводиться до правильного і повного відображення господарських операцій економічних суб'єктів. Неправильне або несвоєчасне надання інформації може викликати збитки і навіть банкрутство підприємства. Досить високий рівень залежності управлінських і фінансових рішень від якості бухгалтерської інформації визначає його корисність і цінність для підприємства[1].

Облікові системи історично формувались в країнах чи групах країн під впливом національних особливостей їхнього економічного і політичного розвитку. Проте інтернаціоналізація господарського життя, з одного боку, та його ринкова уніфікація, з іншого, обумовили необхідність міжнародної стандартизації обліку як основи інформаційного ділового взаєморозуміння і ефективного господарювання.

Розвиток економіки повинен забезпечувати розвиток суспільства в цілому, сприяти підвищенню рівня соціальної захищеності населення. У зв'язку з цим представники професії «Бухгалтер» визнають необхідність проведення змін на регуляторному рівні з метою наближення завдань бухгалтерського обліку до суспільних інтересів.

Нині з посиленням впливу глобалізації вітчизняна система бухобліку поступово зникає і на її зміну приходиться інша облікова система, яка є новою і не відповідає інтересам і потребам управління. В умовах глобалізації виникають і інші користувачі системи бухгалтерського обліку – глобальні.

Аналізуючи погляди сучасних науковців з приводу впливу глобалізації на розвиток бухгалтерського обліку існують різні точки зору. На думку одних науковців, реформування бухгалтерського обліку та приведення його до вимог міжнародних стандартів сприяє його розвитку, в інших – думка кардинально протилежна.

У більшості країн світу питання стандартизації бухгалтерського обліку і фінансової звітності передані в компетенцію одного або декількох органів державного регулювання, які взаємодіють з суб'єктами бізнесу, як правило, через саморегульовані організації. Зазначимо, що процес розробки і впровадження міжнародних стандартів з обліку та звітності є динамічним, окремі з них уточнюють або замінюють новими з урахуванням досвіду застосування та сучасних вимог; міжнародні стандарти не є обов'язковими, це рекомендації для запровадження; міжнародні стандарти не регулюють техніки та методики бухобліку, яка була і буде різною в різних країнах світу.

Найсуттєвішою особливістю сучасного етапу міжнародної стандартизації бухгалтерського обліку і звітності слід вважати орієнтацію зусиль на чітке і прозоре відображення інвестиційних операцій на фондових ринках.

Дослідження питання впливу глобалізації на розвиток національної системи бухгалтерського обліку дає змогу зробити наступні висновки:

1. Глобалізація має значний вплив на розвиток національної системи бухгалтерського обліку.

2. Під впливом глобалізації розвиток національної системи бухгалтерського обліку буде відбуватися на користь та в напрямку задоволення потреб управління глобального масштабу.

3. Неврахування інтересів безпосередніх користувачів бухгалтерської інформації – управлінців, керівників та спеціалістів підприємств, а лише врахування інтересів міжнародних інвесторів, учасників міжнародних ринків капіталу призведе до послаблення виконання всіх функцій управління: організації, планування, обліку, аналізу та контролю та приведе до розвитку «внутрішнього» бухгалтерського обліку, який буде відповідати потребам управління підприємством та мати статус «комерційної таємниці» [2].

Україна не може економічно розвиватись, не зайнявши відповідної ніші у європейському економічному просторі, наприклад, як торговий партнер, що потребує, зокрема, реформування бухгалтерського обліку і звітності у виробництві та всіх без винятку сферах економічного життя держави. Йдеться про запровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку – МСБО. Водночас запровадження нових стандартів повинно враховувати особливості національної економіки, економічні інтереси держави в цілому.

Використання світового досвіду розбудови національної облікової системи не означає безпосереднього введення міжнародних стандартів у практику вітчизняних підприємств. Використання міжнародних стандартів в Україні повинно полягати насамперед в активному застосуванні їх у розробленні концепції бухгалтерського обліку в ринковій економіці, що повинно забезпечити загальну зіставність

бухгалтерської інформації, яка формується українськими та західними компаніями [3].

### **Література**

1. Чоботар О.І. Бухгалтерська професія: значення для підприємства, держави і суспільства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7806/1/.pdf>.

2. Розвиток професії бухгалтер-аудитор в умовах глобалізації.[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://refer.in.ua/major/250/25918/>.

3. Яструбський М.Я. Розвиток обліку в Україні в контексті міжнародних інтеграційних процесів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12737/1/51\\_265-274\\_Vis721menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12737/1/51_265-274_Vis721menegment.pdf).



**Максим Ковальчук**

*Тернопільський національний економічний університет*

## **МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Особливої значущості у вирішенні проблем активізації інноваційної діяльності підприємства набувають маркетингові комунікації. Разом з тим теорія і практика маркетингових комунікацій інноваційної сфери сьогодні знаходиться у стадії формування. Виникає необхідність у розробці дієвих комунікативних заходів в рамках загальної комунікативної політики підприємства в контексті його інноваційної діяльності. Важлива проблема розвитку інновацій на вітчизняному ринку криється у відсутності якісних комунікацій, зокрема реклами, та серйозного просування інноваційних продуктів та послуг. Часто робота підприємств ведеться за колишніми правилами: продавати те, що виробили, а не робити те, що продається.

Дослідження підтвердили доцільність використання маркетингової стратегії, орієнтованої на створення і просування новітніх товарних і технологічних інновацій [4, 149]. Сьогодні можна говорити про наявність на ринку незаповненої ніші: майбутнє за виробником, який зможе своєчасно вловити ринкові зміни і виявиться здатним застосувати агресивну політику в галузі просування інноваційних продуктів та технологій.

Говорячи про мотиви, якими керуються рядові споживачі при виборі товару, необхідно виділити основні з них (у порядку значущості): власні уявлення про інноваційні товари та послуги; привабливість продукту; ціна інноваційного продукту.

Очевидно, що, хоча в обох випадках при виборі товару споживачі орієнтуються, перш за все, на власні уявлення про інноваційний продукт, ціна продукту має значення і впливає на рішення про його покупку. Отримані результати узгоджуються з даними факторного ранжування, які говорять про ступінь важливості різних атрибутів маркетингової стратегії підприємства. Іншими словами, в процесі виробництва нових продуктів та послуг, а також в процесі їх просування на ринку необхідно, в першу чергу, акцентувати увагу на наступних моментах [5, 492]: споживчі характеристики товару, що відрізняють його від аналогічних продуктів чи послуг; відмінні для певної групи споживачів якісні характеристики товару; види інформації, яких найбільше потребує певна група споживачів.

Третій чинник безпосередньо пов'язаний з маркетинговими комунікаціями в галузі інновацій.

На нашу думку, найбільш ефективними інструментами комунікативної політики можуть бути: реклама продукції, заміна і використання торгової марки з метою поступового перетворення її у бренд тощо. Якщо перший інструмент вже використовується вітчизняними підприємствами, то інші практично відсутні.