

motivieren. Natürlich ist eine initiativvolle und aktive Person für erfolgreiche Aktivitäten notwendig, so, wenn der Prozess der Arbeitstimulation richtig etabliert ist, wird es keine Spur von einem passiven Mitarbeiter geben.

### Quellenverzeichnis

1. Бондаренко О.О. Трудова мотивація: проблеми та розвиток // Економіка та держава. – 2008. – № 4. – С. 65-66.
2. Ісайкіна О. Д. Мотиваційний процес в сучасному аспекті менеджменту персоналу [Електронний ресурс] / О. Д. Ісайкіна. – Режим доступу до журн.: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Evu/2012\\_18\\_1/Isaikina.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2012_18_1/Isaikina.pdf)
3. Собінова Т. М. Стимули та мотиви в управлінні персоналом / Т. М. Собінова // Економіст. – 2007. – № 3. – С. 45-46

УДК 339.138

### BESTIMMUNG DER EFFEKTIVSTEN WERBETRÄGER FÜR BUTTER DER ÖAG "BUTTERWERK ZHYTOMYR "

**Mostovyi O., 21 MB MK**

**e-mail: motorgess@gmail.com**

**Sprachliche Beratung:**

**Muntian S.G., Oberlektorin für Deutsch**

**e-mail: svitlanamuntian@gmail.com**

*Taurische staatliche agrartechnologische Universität*

Das Wettbewerbsumfeld zwingt die Butterhersteller dazu, nach Wegen zu suchen, um ihre Position auf dem Buttermarkt zu verbessern. Dieses Problem entstand auch vor der ÖAG "Butterwerk Zhytomyr".

Eine der effektivsten Möglichkeiten, die Wettbewerbsposition des Unternehmens zu verbessern, ist die Werbung.

Die Ermittlung der effektivsten Werbemittel erfordert die Bestimmung des Standes, inwieweit die Verbraucher über die Warenmarke informiert sind.

Ziel dieser Veröffentlichung besteht in der Bestimmung des Marketingplans für die Durchführung von Werbemaßnahmen für Butter der Marke "Rud".

Dafür wurde eine Online-Umfrage durchgeführt. Die Befragten waren Einwohner der Stadt Melitopol. Erhalten wurden folgenden Ergebnisse:

- Die Mehrheit der Befragten (86%) sind Käufer von Butter, dabei 42% von ihnen kaufen Butter einmal pro Woche;

- Die Warenmarke "Rud" nimmt im Bewusstsein der Melitopoler den 3. Platz ein, nach den Warenmarken "Tulchynka" und "Milk River";

- Die Hauptindikatoren, nach welchen Verbraucher Butter wählen, sind die Natürlichkeit von Rohstoffen, Preis und Ernährungswert des Produkts;

- Die Werbung von Butter der Warenmarke "Rud" wird hauptsächlich unmittelbar an den Handelsstellen vorgestellt und es gibt fast keine Werbung in anderen Medien;

- Unter den beliebtesten Werbeträgern haben die befragten Melitopoler die Werbung im Fernsehen und in den Geschäften genannt.

Basierend auf den Ergebnissen der Studie könnten folgende Schlussfolgerungen und Empfehlungen gemacht werden:

Eine große Anzahl von Befragten ist mit Butter der Warenmarke "Rud" nicht vertraut, so dass es sich lohnt,

- Werbemaßnahmen in Geschäften durchzuführen, um Konsumenten anzuziehen;

- So einen Werbekomplex für diese Warenmarke im Fernsehen einzuführen, der den Bekanntheitsgrad und dadurch den Absatz von Butter in der Region erheblich steigern wird;

- Förderung der Butterwerbung während des "Tages der Eiscreme" und Ausstellungen von Milchprodukten;
- Erhöhung der Intensität von Werbeprodukten im Internetbereich, wodurch die Ausgaben für die Anziehung von Verbrauchern minimiert werden.

### **Literatur**

1. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків / А.О. Старостіна. – К. : ТОВ «Лазарит – Поліграф», 2012. – 408 с.
2. Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств / Т. В. Куліш // Молодіжний економічний дайджест [Електронний ресурс] : наук. електр. журн. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ « Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», Наук. студентське т-во; редкол.: О. І. Олексюк (голова) [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2015. – № 2–3. – С. 257–262.
3. Легеца Д. Г. Влияние маркетинговых факторов на конкурентоспособность предприятий Украины / Д. Г. Легеца // Вестник Киргизского национального университета им. Ж. Баоасагина. – 2015. – №6. – С. 115–127.
4. Онлайн платформа для проведення опитування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.surveio.com/survey/d/W3V2M6N7R9K9I4T7N>

### **УДК 657.6**

### **DIE ROLLE DES AUDITS FÜR UKRAINISCHE UNTERNEHMEN**

**Podopryhora A., 41 OA**

**e-mail: podoprygora.a@mail.ru**

**Muntian S.G., sprachliche Beraterin**

**e-mail: svtlanamuntian@gmail.com**

*Taurische staatliche agrartechnologische Universität*

In der Zeit der intensiven Entwicklung von ukrainischen Industrie- und Handelsunternehmen wird in der Ukraine das Wachstum der Wichtigkeit von Audit und der Rolle des Berufs des Auditors beobachtet. Vorher konnte der Wirtschaftsprüfer in kleinen Unternehmen als Buchhalter fungieren und Berichte erstellen. In großen Unternehmen, in denen der Besitzer nicht immer der Geschäftsführer sein konnte, wurden Wirtschaftsprüfer eingeladen, um die Arbeit des Management-Apparats zu überprüfen. Die Entwicklung und Verbesserung des modernen Steuersystems hat das Interesse des Staates an der Vollständigkeit und Aktualität der Steuerzahlungen verschärft. In dieser Hinsicht gibt es eine neue Richtung der Tätigkeit von Wirtschaftsprüfern - Kontrolle von Zahlungen und Steuern im Interesse des Staates, Bestätigung der Richtigkeit der eingereichten Erklärungen.

Das Ziel der Veröffentlichung besteht darin, die Stelle des Audit in den Tätigkeiten ukrainischer Unternehmen zu beleuchten und die Bedeutung der Durchführung eines Audits aufzuzeigen.

Heute ist eine große Anzahl von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften auf dem globalen Markt tätig, aber nur wenige haben internationale Anerkennung erlangt und sind zu multinationalen Unternehmen mit vielen Niederlassungen sowie Tochtergesellschaften in verschiedenen Ländern geworden. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um die so genannten "Big Five" Prüfungsgesellschaften (zum Beispiel Pricewaterhouse, Ernst & Young usw.). Mit der Entwicklung der zivilisierten Marktwirtschaft nehmen auch die Bedeutung und das Prestige des Berufes des Wirtschaftsprüfers zu und steigen die Anforderungen an das Qualifikationsniveau [1].

Die Wirtschaftsprüfung als eine unabhängige Form der finanziellen und wirtschaftlichen Kontrolle wurde von vielen prominenten Ökonomen in ihren Schriften untersucht, insbesondere von R. Dodge, R. Montgomery, R. Adams. Das Problem der Prüfung wurde von ausländischen und inländischen Wissenschaftlern erhoben. R. Rudnitskaya untersuchte die staatliche Prüfung im System der Finanzkontrolle, I. Balibuyuk und O. Denisyuk betrachteten die Prüfung aus der Sicht des Unternehmens, M. Kocherga hob die Rolle der Prüfung im System der Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen hervor [ 3].