

**СЕКЦІЯ 5. ОБЛІКОВО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ЛОКАЛЬНОГО
РІВНЯ**

УДК 44:[658.155](477)

Сколотій Ігор
доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва,
м. Харків, Україна
Ihor Skolotii
Associate Professor at the Department of Accounting and Audit
Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchayev,
Kharkiv, Ukraine

**ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В АГРАРНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ
PROBLEMS OF ACCOUNTING OF INCOMES AND FINANCIAL RESULTS IN
AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств значною мірою залежать від налагодженості збуту продукції. Функціонування аграрного сектору України неможливе без наявності прозорих каналів просування сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача на вигідних для всіх учасників процесу умовах. В сучасних ринкових умовах метою діяльності сільськогосподарських підприємств є отримання прибутку, основним джерелом якого є реалізація готової продукції. Проте, без достовірної, релевантної, систематизованої належним чином інформації про особливості обліку процесу реалізації продукції, товарів, робіт, послуг неможливе ефективне управління підприємством.

Всі основні функції управління та управлінського обліку в цілому повністю застосовані й до обліку доходів, контролю за їх формуванням та до управління ними. Планування доходів посідає важливе місце у складанні плану реалізації й продажу на сільськогосподарському підприємстві на майбутні періоди. Співставлення запланованих величин сільськогосподарських доходів з фактичними показниками допомагає в прийнятті правильних і точних управлінських рішень. Стимулювання й мотивація співробітників також відіграє велику роль у керуванні доходами на сільськогосподарських підприємствах.

Керівництво підприємства зацікавлене доходами саме з позиції управління, а також прийняття стратегічних рішень. Тому, простого бухгалтерського відображення доходу від реалізації продукції і понесених витрат недостатньо. Актуальним стає завдання визначення принципів і підходів до управління доходами підприємства із позицій стратегічного управління.

Останніми роками через фінансову кризу, незадовільні для виробника умови продажу, а також із вступом до Світової Організації Торгівлі питання реалізації сільськогосподарської продукції все більше ускладнюються. До того ж залежність сільськогосподарських товаровиробників від багатьох комерційних посередників на ринку призводить до суттєвого диспаритету цін і негативно позначається на розвитку підприємств і дохідності їх функціонування. Зростання фінансового результату створює фінансову основу для самофінансування діяльності підприємства, здійснюючи розширене відтворення [1].

У бухгалтерському обліку методологічною основою формування інформації про доходи є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід». Згідно з цим положенням доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу, за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників.

За будь-яких умов кожне підприємство намагається максимізувати свої прибутки й мінімізувати збитки. Забезпечити це можна лише шляхом чіткого контролю за формуванням фінансових результатів, які згідно із законодавством визначаються вирахуванням з отриманих доходів усіх понесених протягом звітного періоду витрат.

Достовірність формування фінансового результату є основою принципів і правил бухгалтерського обліку, обов'язкового дотримання яких вимагає законодавча база, зокрема концептуальні основи складання та подання фінансових звітів, міжнародні стандарти фінансової звітності, Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку. Проте розуміння сутності поняття «фінансовий результат» – одна з головних передумов формування відповідних напрямків його обліку, аналізу та можливості здійснення своєчасного управлінського впливу на окремі його складові заради підвищення ефективності діяльності підприємств [2].

З проведеного різними науковцями, порівняльного аналізу визначення сутності поняття «фінансові результати» можна зробити висновок, що стосовно поняття «фінансовий результат» на сьогоднішній день сформовано декілька точок зору: 1) зміна величини власного капіталу; 2) результат зіставлення доходів і витрат; 3) прибуток або збиток; 4) результат статутної діяльності підприємства (виручка мінус витрати на виробництво і реалізацію продукції); 5) зміна величини чистих активів підприємства; 6) додаткова вартість, створена у процесі виробництва та здійснення операцій фінансово – кредитного характеру; 7) ціна капіталу та інших виробничих факторів [3].

Фінансові результати формуються в процесі діяльності підприємства на різних стадіях кругообігу засобів. На сільськогосподарських підприємствах важливим є формування доходів, витрат і фінансових результатів від основної діяльності, що пов'язано з виробництвом і реалізацією сільськогосподарської продукції, біологічних активів і додаткових біологічних активів. З введенням в дію П(с)БО 30 «Біологічні активи» докорінно змінився порядок формування доходів, витрат і фінансових результатів у сільському господарстві, а тому виникає необхідність пошуку шляхів спрощення їх обліку [4].

Практика показує, що проводити розрахунок справедливої вартості на різні види сільськогосподарської продукції і біологічні активи досить складно. Насамперед, потрібно володіти інформацією про ціни активного ринку, коригування індивідуальних характеристик, особливостей або ступеня завершеності біологічних перетворень активу тощо.

Не менш важливим аспектом в реформуванні обліку реалізації готової продукції є формування єдиної законодавчо-нормативної бази, адаптованої до міжнародних вимог та норм, удосконалення методології складання звітності та запровадження інформаційних технологій. Гармонізація та стандартизація організації бухгалтерського обліку реалізації готової продукції відкриє на перспективну тверду основу міжнародного співробітництва та спрощення системи обліку в цілому.

В умовах ринкової економіки питання обліку доходів і фінансових результатів є одним з основних у системі як фінансового, так і управлінського обліку суб'єктів господарювання. Правильно та раціонально організований облік доходів і фінансових результатів – це запорука своєчасного виявлення й усунення недоліків розвитку підприємства, знаходження резервів для поліпшення фінансового стану господарюючого суб'єкта та забезпечення фінансової стійкості його діяльності. Якісна система обліку фінансових результатів є фундаментальною основою для забезпечення стійкого росту підприємства.

Перелік використаних джерел:

1. Вишневська О. М. Напрями вдосконалення процесу реалізації сільськогосподарської продукції / О. М. Вишневська // Економічний простір. 2013. № 74. С. 82-92.

2. Рета М. В. Сучасні проблеми обліку фінансових результатів діяльності підприємства / М. В. Рета // Вісник НТУ ХПІ. 2015. № 25(1134). С. 25-34.
3. Прохар Н. В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів: проблеми теорії та практики: монографія / Н. В. Прохар. – Полтава:РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
4. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: підручник / М.Ф. Огійчук, Л.О. Сколотій, М.І. Беленкова та ін.: за ред. проф. М.Ф. Огійчука. – 7-е вид., перероб. і допов. – К.: Алерта, 2016. – 1040 с.

СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ АДАПТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ДО УМОВ ІННОВАЦІЙНО-КОНКУРЕНТНОГО ПРОСТОРУ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Mgr Jarosław Maćkula
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
JarosławMaćkula,
Master
Faculty of Economics, Management and Tourism in Jelenia Góra
Wrocław University of Economics,
Wrocław, Poland

RYNEK HANDLU ONLINE W POLSCE – STAN OBECNY I PERSPEKTYWY DALSZEGO ROZWOJU W OPARCIU O RAPORT E-COMMERCE W POLSCE 2017 THE ONLINE TRADING MARKET IN POLAND – CURRENT STATE AND PROSPECTS OF FURTHER DEVELOPMENT ON THE BASIS OF A REPORT FROM E-COMMERCE IN POLAND 2017

Rynek związany ze sprzedażą internetową rozwija się w Polsce bardzo szybko, corocznie największą opiniotwórczością charakteryzuje się raport Gemius opracowywany wraz z Izbą Gospodarki Elektronicznej dla E-Commerce Polska.

Raport stara się odpowiedzieć na pytania dotyczące postaw wobec zakupów internetowych wśród kupujących i niekupujących w sieci, znajomości marek obecnych w e-handlu, motywacji w zakresie wyboru sklepów internetowych, źródeł informacji na temat produktów czy preferencji dotyczących sposobu realizacji transakcji internetowych i wykorzystania urządzeń mobilnych.

Dostęp do internetu w Polsce nie jest jeszcze powszechny, wg obliczeń penetracja rynku to 79%, gdzie są to internauci w wieku od 7 do 75 lat. W liczbach bezwzględnych szacuje się, że jest to 26,5 mln osób. Ponad 50% internautów albo dokonało (54%) albo dokonuje regularnie zakupów w sieci (53%), natomiast 16% deklaruje korzystanie z zagranicznych e-sklepów.

Co do płci, częściej kupują kobiety (53% do 47%), wiek kupujących w sieci też ma znaczenie, najlichnieszą grupę stanowią osoby w przedziale wiekowym między 35 a 49 lat i jest to 30% ogółu kupujących, najmniej liczna grupa to osoby po 50 roku życia, zaledwie 13%.