

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**STRATEGIC PRIORITIES OF DEVELOPMENT OF  
ECONOMICS, FINANCE, ACCOUNTING AND  
LAW IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 4  
Part 4**



**3 жовтня 2019 р.  
October 3, 2019**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ  
ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА  
ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**STRATEGIC PRIORITIES OF DEVELOPMENT OF  
ECONOMICS, FINANCE, ACCOUNTING AND  
LAW IN UKRAINE AND THE WORLD**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 4  
Part 4**

**3 жовтня 2019 р.  
October 3, 2019**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



УДК 33  
ББК 65

Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі:  
збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 3 жовтня  
2019 р.): у 6 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2019. – Ч. 4. – 63 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі» з:

Академія Державної пенітенціарної служби

Брестский государственный технический университет

Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Мукачівський аграрний коледж»

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

Відокремлений структурний підрозділ «Рівненський коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України»

Вінницький національний аграрний університет

Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Державний університет «Житомирська політехніка»

Дніпровський національний університет ім. Олеса Гончара

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ДННУ «Академія фінансового управління»

Донбаська державна машинобудівна академія

Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція Національної академії аграрних наук України

Донецька обласна державна адміністрація

Донецький національний університет ім. Василя Стуса

Донецький юридичний інститут МВС України

Житомирський національний агроекологічний університет

Запорізький національний університет

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України

Інститут держави та права ім. В. М. Корецького НАН України

Інститут продовольчих ресурсів НААН

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський національний університет будівництва і архітектури

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка

Київський національний університет культури і мистецтв  
Київський національний університет технологій та дизайну  
Коледж транспорту та комп'ютерних технологій ЧНТУ  
Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського  
Львівський державний університет внутрішніх справ  
Львівський інститут економіки і туризму  
Львівський національний університет ім. Івана Франка  
Миколаївський національний аграрний університет  
Міжнародний університет бізнесу і права  
Національна академія державного управління при Президентові України  
Національний університет «Одеська морська академія»  
Національний авіаційний університет  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова  
Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого  
Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя  
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова  
Одеська національна академія харчових технологій  
Одеський державний університет внутрішніх справ  
Одеський науково-дослідний інститут судових експертиз  
Одеський національний економічний університет  
ПВНЗ «Міжнародний науково-технічний університет ім. академіка Юрія Бугая»  
ПВНЗ «Нікопольський економічний університет»  
Полесский государственный университет  
Полоцкий государственный университет  
Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка  
Сумгаитский государственный университет  
Сумський державний університет  
Сумський національний аграрний університет  
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного  
Тернопільський національний економічний університет  
Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя  
Український державний університет залізничного транспорту  
Уманський національний університет садівництва  
Університет державної фіскальної служби України  
Університет митної справи та фінансів  
УО «Могилевский государственный университет продовольствия»  
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»  
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця  
Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна  
Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

**Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова  
Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича  
Чернігівський національний технологічний університет  
Чорноморський національний університет ім. Петра Могили**

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів, обліку та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; продовольчої безпеки та екологічної політики в сучасному світі; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки промисловості; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; правового забезпечення державного управління та місцевого самоврядування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; господарського права та процесу; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.



**ЗМІСТ**  
**CONTENTS**

<b>СЕКЦІЯ 16. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b>	
<b>SECTION 16. ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT .....</b>	<b>8</b>
<i>Ганношина Ю. С.</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	8
<i>Гордієнко М. І., Сухоносова М. В.</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКИХ КАТЕГОРІЙ «ЗОВОВ'ЯЗАННЯ», «ЗАБОРГОВАНІСТЬ», «РОЗРАХУНКИ» .....	9
<i>Гриценко А. В.</i>	
ПОДАТКОВІ ТА ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ .....	10
<i>Дорогова Я. М., Кравченко К. С., Нікульникова Т. Г.</i>	
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ .....	12
<i>Коваленко Д. В., Абрахам Ю. В.</i>	
ШЛЯХИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА .....	14
<i>Ковальчук В. В., Широкопояс О. Ю.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ТА ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА .....	15
<i>Кострова М. М.</i>	
ЗНАЧЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	17
<i>Лайчук С. М., Осіпчук Д. С.</i>	
ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ТА ЕКСПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ .....	18
<i>Лисичко А. М., Мельник І. М.</i>	
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	19
<i>Машевська А. А.</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	21
<i>Оляднічук Н. В.</i>	
ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ .....	23
<i>Омеляненко В. І.</i>	
ТИПОВІ ПОМИЛКИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	25
<i>Павлик Т. М.</i>	
РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ОБЛІКУ .....	26
<i>Проскуріна Н. М., Топлакацян Х. А.</i>	
ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ РІВЕНЬ ВИТРАТ .....	28

<b>Росенко Г. О.</b> ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОРДОННИХ ВІДРЯДЖЕНЬ .....	29
<b>Солодка Н. В.</b> ОСНОВНІ НЕДОЛІКИ В ОПЛАТІ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ .....	31
<b>Солодка О. В.</b> РОЛЬ КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ.....	33
<b>Сук П. Л.</b> ОБЛІК ВИТРАТ У НЕЗАВЕРШЕНОМУ ВИРОБНИЦТВІ РОСЛИННИЦТВА .....	34
<b>Черешневий О. І.</b> НЕОБХІДНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЙОГО РОЛЬ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ У БЮДЖЕТНІЙ УСТАНОВІ.....	36
<b>Щур К. А.</b> ОБЛІК ІНВЕСТИЦІЙ У ДОЧІРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	37
<b>СЕКЦІЯ 17. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ SECTION 17. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS.....</b>	39
<b>Бережецька Т. О.</b> ВПЛИВ РОЗВИТКУ КІБЕРАТАК НА БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	39
<b>Бондаренко О. О., Мізан І. М.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ МЕТОДАМИ ТЕОРІЇ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ .....	41
<b>Карпінський Б. А.</b> СТРАТЕГОЛОГІЧНИЙ МЕТОД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРИЙНЯТТЯ БІЗНЕС-УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КРУПНИХ МІСТАХ (УРБАНІЗАЦІЙНИХ КОНГЛОМЕРАТАХ) ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	42
<b>Коваленко А. А., Лижник Ю. Б., Нікульникова Т. Г.</b> РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ФАКТОРІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	44
<b>Мазуренок О. Р.</b> ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ .....	47
<b>Строганова И. А.</b> МЕТОД VAR-ОЦЕНКИ ВАЛЮТНОГО РИСКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА .....	48
<b>Юхименко Я. С., Лижник Ю. Б., Нікульникова Т. Г.</b> ОЦІНКА ВПЛИВУ ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОДУКЦІЇ ПАТ «КЗРК» НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ .....	50



<b>СЕКЦІЯ 18. МАРКЕТИНГ</b>	
<b>SECTION 18. MARKETING</b> .....	53
<i>Герасимчук В. В., Кравченко Х. В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ .....	53
<i>Кітченко О. М., Начагіна А. В.</i> МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	55
<i>Коноваленко А. С.</i> ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА ДІТЕЙ НА РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ .....	56
<i>Мурадова К. М., Нікульникова Т. Г.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	58
<i>Репецька О. В.</i> СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	59
<i>Тардаскіна Т. М., Піна А. А.</i> СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ КЛІЄНТ-ОРІЄНТОВАНОЇ СЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ ОПЕРАТОРА ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ .....	61
<i>Файвішенко Д. С.</i> ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ.....	63



**Ганношина Ю. С.**

магістрант,

Державний університет «Житомирська політехніка»

**Науковий керівник:**

**Лайчук С. М.**

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту,

Державний університет «Житомирська політехніка»

### ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Організацією бухгалтерського обліку є система методів, способів, заходів, які забезпечують оптимальне функціонування обліку та розвиток відповідно до мети та цілей на підприємстві. Вона передбачає таку будову обліку, при якій він зміг би забезпечити своєчасне виконання завдань планування, контролю, управління та надання повної правдивої й неупередженої інформації при мінімальних затратах. Саме від достовірного інформаційного забезпечення даними бухгалтерського обліку залежить ефективне управління в лісовій галузі.

Облік лісогосподарства підприємств проводиться згідно з кодексами, законами, положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, інструкціями та методичними рекомендаціями, які затверджені та чинні в Україні.

При організації бухгалтерського обліку на лісогосподарських підприємствах слід звернути увагу на формування облікової політики в частині організації роботи облікового персоналу та забезпечення облікового процесу.

Необхідно визначитися із видом організаційної побудови бухгалтерської служби: обрати централізовану чи децентралізовану. Цей вибір буде залежати від розподілу облікової праці між центральною бухгалтерією та її структурними підрозділами підприємства.

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємство самостійно обирає форму ведення бухгалтерського обліку. Значна кількість підприємств як в Україні, так і за кордоном, використовують автоматизовану форму ведення обліку, що дозволяє прискорити обробку облікової інформації та передачу її за всіма напрямками.

Вибір автоматизованої форми бухгалтерського обліку для підприємства зводиться до вибору зручної комп'ютерної програми, що відповідає завданням обліку, оподаткування та звітності і може бути використана для ведення практично будь-яких розділів бухгалтерського обліку на будь-якому підприємстві [1]. Для задоволення потреб споживачів на ринку запропоновано безліч програмних продуктів для будь-яких підприємств та будь-якої галузі діяльності.

Автоматизована форма бухгалтерського обліку дозволяє в значній мірі полегшити працю облікових працівників, знизити її трудомісткість, підвищити оперативність і достовірність даних бухгалтерського обліку.

Також доцільно при формуванні облікової політики лісогосподарськими підприємствами розкривати питання щодо оцінки готової продукції з урахуванням вимог П(С)БО 9 «Запаси» та методики калькулювання собівартості готової продукції, яка базується на нормах П(С)БО 16 «Витрати».

В межах облікової політики підприємств лісового господарства, необхідно визначити склад прямих та непрямих витрат, базу розподілу загальногосподарських витрат, враховуючи специфіку технологічного процесу. Потрібно також розробити робочий план рахунків та графіки документообороту.

Отже, побудова раціональної системи організації бухгалтерського обліку є одним з актуальних аспектів у роботі усіх підприємства. Виробництво лісопродукції має свої особливості, які необхідно враховувати при організації та веденні бухгалтерського обліку. Тому для підприємств лісової галузі – це система з високим ступенем децентралізації й автоматизації обробки облікових даних.

**Список літератури**

1. Максименко Д. В., Даниш Н. І. Методика обліку лісового господарства України. *Економічні науки*. 2017. № 22. С. 11.

**УДК 657.1**

**Гордієнко М. І.**

к. е. н., професор,

завідувач кафедри обліку і оподаткування,  
Сумський національний аграрний університет,

**Сухоносова М. В.**

магістрант, спеціальність «Облік і оподаткування»,  
Сумський національний аграрний університет

**ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКИХ КАТЕГОРІЙ  
«ЗОВОВ'ЯЗАННЯ», «ЗАБОРГОВАНІСТЬ», «РОЗРАХУНКИ»**

Зобов'язання є невід'ємним елементом діяльності любого суб'єкта господарювання. Бухгалтерська інформація про зобов'язання підприємства дає яскраву картину про його фінансову залежність, платоспроможність та ліквідність. Тому ефективність економічних рішень, які приймаються користувачами інформації, в значній мірі залежать від стану зобов'язань. Але для прийняття ефективних управлінських рішень щодо використання фінансових ресурсів зобов'язання, заборгованість та розрахунки є різними величинами, тому доцільним вважаємо дослідження сутності вказаних категорій.

У статті 509 Цивільного кодексу України поняття зобов'язання трактується, як правовідношення, в якому одна сторона (боржник) зобов'язана вчинити на користь другої сторони (кредитора) певну дію (передати майно, виконати роботу, надати послугу, сплатити гроші тощо) або утриматися від вчинення певної дії (негативне зобов'язання), а кредитор має право вимагати від боржника виконання його обов'язку [1].

Згідно Закону № 996-XIV та Загальних вимог до фінансової звітності – заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди, зумовлює виникнення зобов'язань [2, 3].

У відповідності до П(С)БО 11 заборгованість підприємства (тобто зобов'язання) визнається тільки у тому випадку, якщо її оцінка може бути достовірно визначена та існує ймовірність зменшення економічних вигод у майбутньому внаслідок погашення зобов'язання [4].

Зобов'язання (пасиви, від англ. Liabilities) – це вимоги які пред'являються на активи підприємства юридичною або фізичною особою, яка має підтверджені належними документами майнові вимоги до боржника (позичальника). В бухгалтерському обліку заборгованість мають на увазі, це зобов'язання підприємства перед іншими юридичними чи фізичними особами. З правової точки зору, борг – це зобов'язання, за яким одна сторона зобов'язується виконати ту чи іншу дію або утриматися від її виконання, по відношенню до іншої сторони. Тобто юридично, борг у підприємства може виникнути тільки тоді, коли з'являється обов'язок вчинити на користь іншої особи певні дії (сплатити кошти, надати послуги, передати майно, виконати роботу) або утриматися від певної дії.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що наявність укладеного договору, як домовленості двох або більше сторін, спрямованої на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків [1], породжує зобов'язання сторін, тобто виникнення боргу. Разом з тим, укладений договір у бухгалтерському обліку, не може призводити до появи

заборгованості. Вона виникне тільки після того, як одна із сторін виконає покладену на неї дію.

Таким чином, можна зробити певний висновок, що бухгалтерське трактування категорії «зобов'язання» має свої особливості, поєднуючи в собі як економічні, так і юридичні аспекти.

Існують певні відмінності й у трактуванні поняття «розрахунки» різними авторами. Так, одна група вчених вважає, що розрахунки – це грошові взаємовідносини, що виникають між підприємствами за операціями товарного та нетоварного характеру. Інші дослідники, виділяють два варіанти тлумачення цього терміну і зазначають, що розрахунок – це сплата грошей за зобов'язаннями або документ, складений на основі розрахунку.

На нашу думку, розрахунок (платіж) – фінансово-грошові операції, пов'язані з оплатою фінансово-господарських операцій, з розрахунками за договірними зобов'язаннями, покриттям витрат (наприклад по відрядженню), відшкодуванням збитків, виконанням зобов'язань перед державою, органами місцевого самоврядування тощо.

Як зазначено в бухгалтерському словнику, розрахунок – це здійснення платежу за що-небудь, виконання грошових зобов'язань. Тобто, розрахунок, це виконання зобов'язань або погашення заборгованості.

На сьогодні коли наука про бухгалтерський облік знаходиться на піку свого розвитку, питання систематизації та удосконалення бухгалтерських категорій виходить на перший план. Тому що стихійне, напівсвідоме використання бухгалтерських категорій, без глибокого розуміння їх сутності, негативно може відобразитися на процесі ведення бухгалтерського обліку, і як наслідок, на прийнятті управлінських рішень.

#### **Список літератури**

1. Цивільний кодекс України, закон від 16 січня 2003 р. № 435-IV. Редакція від 26.09.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні, закон від 16 липня 1999 року № 996-XIV. Редакція від 16.11. 2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено 07 лютого 2013 року № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджено 30 січня 2000 року № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>.

**УДК 331.3**

**Гриценко А. В.**  
магістрант,

Сумський національний аграрний університет

### **ПОДАТКОВІ ТА ФІНАНСОВО-ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ**

Облік розрахунків з підзвітними особами охоплює більш широку ділянку робіт, пов'язаних з обліком розрахунків з дебіторами та кредиторами підприємства. Методика та організація розрахунків у діяльності підприємства має особливості, які пов'язані із поняттям підзвітних осіб та авансів, виданих підзвіт. Раціональна організація розрахунків з підзвітними особами сприяє зміцненню розрахункової дисципліни, підвищенню відповідальності підприємств за дотримання розрахунків, скороченню дебіторської і кредиторської заборгованості, прискоренню оборотності оборотних засобів підприємств і організацій. Внаслідок цього поліпшується фінансовий стан підприємств і організацій. Це особливо актуально в сучасних ринкових умовах, оскільки грошова стадія кругообігу коштів відіграє величезну роль у житті підприємства будь-якої форми власності.

Проблеми обліку розрахункових операцій досліджуються широким колом науковців та практиків, таких як М. Д. Білик, Ф. Ф. Бутинець, М. Я. Дем'яненко, А. М. Кадацька, Г. Г. Кірейцев, М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксієнко, О. Р. Самарченко, В. В. Сопко, Т. Є. Сушальська, Н. М. Ткаченко, О. А. Ткаченко та інші [1]. Проте майже всі вони розглядають проблеми розрахункового характеру загалом або акцентують увагу лише на

розрахунках із дебіторами (в тому числі з підзвітними особами) та кредиторами. На нашу думку, потребує особливої уваги процес організації та ведення обліку розрахунків із підзвітними особами, а саме аспект відображення у витратах підприємства витрат на користування послугами таксі, який включає в себе аналіз чинних нормативно-правових документів.

Підзвітними особами – є працівники підприємства, які одержали грошові кошти (аванс) у підзвіт для здійснення майбутніх господарських витрат, а також на службові відрядження згідно з наказом (розпорядженням) керівника підприємства. Після отримання грошей, підзвітна особа вступає із підприємством у юридичні відносини, в результаті яких у неї з'являються додаткові права та обов'язки. Аванс підзвітній особі видається в сумі, необхідній для виконання намічених заходів, і лише в тому випадку, коли вона не має заборгованості по раніше виданих сумах. Аванс видається на підставі видаткового касового ордера або платіжної відомості, якщо видають гроші одночасно декільком особам.

Питання видачі коштів під звіт та повернення невикористаної їх частини вимагає окремого дослідження. В даному випадку виникають труднощі з дотриманням усіх вимог П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів», адже сьогодні відсутні методичні рекомендації по практичному застосуванню норм цього облікового стандарту.

Проблемними аспектами обліку розрахунків з підзвітними особами є:

- відсутність чіткого розмежування монетарних та немонетарних статей (особливості обліку відповідно до ПСБО 21 «Вплив змін валютних курсів»);
- визначення курсових різниць не за всіма розрахунковими операціями (визначення курсових різниць за всіма розрахунковими операціями дає більш повну та достовірну інформацію про фінансові результати за операціями);
- невідповідність обліку відповідно до ПСБО 21 та Податкового кодексу України (на практиці виникають курсові різниці як за дебіторською так і за кредиторською заборгованістю, хоча це суперечить П(С)БО 21 та Податковому кодексу України);
- труднощі організації аналітичного обліку розрахунків з підзвітними особами (проблеми у відображенні курсових різниць за операціями, в яких підзвітна особа використовує декілька видів валют).

Розглянуті проблеми перешкоджають якісному веденню обліку розрахунків з підзвітними особами та іншими дебіторами. Разом з тим, виникають труднощі в організації бухгалтерського обліку на підприємстві розрахунків з підзвітними особами.

Проаналізувавши норми Податкового кодексу України щодо відображення в обліку розрахунків з підзвітними особами, виявлено суперечності норм податкового законодавства та П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів», що спричиняє на практиці проблеми організації бухгалтерського обліку розрахунків з підзвітними особами [3].

Однією із важливих задач є подальший розвиток і вдосконалення інформаційної системи підприємства з використанням сучасних методів управління і технічних засобів. В зв'язку з новими умовами роботи роль бухгалтерського обліку повинна бути змінена, підлягати суттєвим коректуванням.

Отже, підзвітні особи, які скеровуються у відрядження повинні не лише уміти вирішувати поточні виробничо-господарські завдання підприємства, але й бути обізнаними із чинною законодавчо-нормативною базою, що регулює дане питання для недопущення перевитрат та невчасного повернення невитрачених коштів. Належно організований облік розрахунків з підзвітними особами в аспекті документування та відображення операцій на рахунках бухгалтерського обліку дозволить забезпечити достовірність звітних показників в аспекті дебіторської заборгованості та зобов'язань підприємства перед підзвітними особами.

#### **Список літератури**

1. Кадацька А. М., Пташнік О. С. Проблеми обліку розрахунків з підзвітними особами та працівниками що до витрат на відрядження. *Вісник ШНАУ Серія «Фінанси і кредит»*. 2011. № 1. URL : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/Vsnau/2011\\_1/21Kadatska.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/21Kadatska.pdf).
2. Пантелєєв В. Облік операцій із підзвітними особами. URL: <http://dtk.com.ua/debet/ukr/2001/08-09/08pr21.html>.
3. Податковий кодекс України: від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

УДК 658

Дорогова Я. М.

студентка,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

Кравченко К. С.

студентка,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

Нікульникова Т. Г.

к. е. н, доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету

## МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Інвестиційною нерухомістю визнається нерухомість, що утримується підприємством з метою передачі в оренду та отримання орендних платежів. З урахуванням П(С)БО № 32 класифікувати нерухомість як інвестиційну можна лише за умови, що вона передаватиметься в операційну оренду.

Якщо окремий об'єкт основних засобів включає частину, що утримується з метою одержання орендної плати або для збільшення власного капіталу, та іншу частину, яка є операційною нерухомістю, і ці частини може бути продано окремо, тоді вони відображаються, як окремі об'єкти. Якщо ж ці частини не може бути продано окремо, об'єкт основних засобів визнається інвестиційною нерухомістю за умови її використання переважно з метою отримання орендної плати або для збільшення власного капіталу.

Інвестиційна нерухомість зараховується на баланс підприємства за первісною вартістю. Первісна вартість інвестиційної нерухомості збільшується на суму витрат, що пов'язані з її поліпшенням, якщо такі витрати призводять до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання інвестиційної нерухомості. При здійсненні витрат для підтримання об'єкта інвестиційної нерухомості в робочому стані та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від її використання витрати включаються до складу витрат звітного періоду [3, с. 6].

На дату балансу об'єкти інвестиційної нерухомості можуть оцінюватися за одним із двох методів, зазначених у П(С)БО № 32: справедливою або первісною власністю.

Особливістю інвестиційної нерухомості, облік якої ведеться за первісною вартістю, зменшеною на суму нарахованої амортизації з урахуванням втрат від зменшення корисності та вигод від її відновлення є те, що вона переоцінці не підлягає. При оцінці інвестиційної нерухомості за справедливою вартістю слід використовувати ціни активного ринку в тій самій місцевості в подібному стані за подібних умов договорів оренди. За відсутності активного ринку справедлива вартість [3, с. 6] визначається на основі таких чинників: останньою ринковою ціною операції з такими активами при відсутності суттєвих змін у ринковому, технологічному, економічному або правовому середовищі; поточними ринковими цінами на нерухомість, скоригованими з урахуванням особливостей інвестиційної нерухомості, для якої визначається справедлива ціна; додатковими показниками, що свідчать про рівень цін на інвестиційну нерухомість.

При виборі методу оцінки за справедливою вартістю підприємство повинне його застосовувати до того часу, поки не настане одна з подій: вибуття інвестиційної нерухомості; переведення інвестиційної нерухомості до складу операційної нерухомості; переведення інвестиційної нерухомості до складу активів, які утримуються для продажу; неможливість достовірно визначити справедливую вартість інвестиційної нерухомості на дату балансу.

Головна відмінність обліку за справедливою вартістю від обліку за первісною вартістю полягає в тому, що при виборі цього методу підприємство в обліку не нараховує амортизацію на об'єкти інвестиційної нерухомості. Тоді на кожну дату балансу необхідно коригувати вартість об'єкту шляхом порівняння його балансової та справедливої вартості.

Визнання інвестиційної нерухомості відбувається не лише в результаті її придбання або створення, а також й у зв'язку з переведенням до складу інвестиційної нерухомості операційної нерухомості. Згідно П(С)БО № 32 переведення нерухомості до складу інвестиційної або виведення її зі складу інвестиційної здійснюється тільки в разі зміни характеру використання нерухомості, за рішенням власника.

При переведенні операційної нерухомості до інвестиційної, що оцінюватиметься за справедливою вартістю, різниця між балансовою (залишковою) вартістю операційної нерухомості та справедливою вартістю інвестиційної нерухомості відображається в порядку, передбаченому П(С)БО № 7 для дооцінок та уцінок основних засобів [2, с. 13]. При переведенні нерухомості із запасів до інвестиційної нерухомості, що оцінюватиметься за справедливою вартістю, різниця між справедливою вартістю та балансовою (залишковою) вартістю визнається іншими доходами або витратами періоду.

При завершенні будівництва інвестиційної нерухомості, що обліковуватиметься за справедливою вартістю, різниця між справедливою вартістю та витратами на будівництво визнається іншими операційними доходами чи іншими витратами операційної діяльності періоду, в якому відбулося завершення будівництва. При переведенні інвестиційної нерухомості, що оцінюється за справедливою вартістю, до операційної нерухомості або до складу запасів собівартість таких основних засобів чи запасів визначається за справедливою вартістю на дату переведення.

При вибутті об'єкту інвестиційної нерухомості внаслідок продажу, передачі у фінансову оренду, ліквідації, внесення до зареєстрованого капіталу, а також при невідповідності критеріям визнання активу припиняється визнання інвестиційної нерухомості. Фінансовий результат від вибуття визначається шляхом вирахування з доходу від вибуття балансової вартості інвестиційної нерухомості непрямих податків та витрат, що пов'язані з вибуттям. Перед початком підготовки об'єкту інвестиційної нерухомості до продажу його слід перевести до складу необоротних активів, утримуваних для продажу.

Головна відмінність обліку об'єкту інвестиційної нерухомості за справедливою вартістю від обліку за первісною вартістю полягає в тому, що при виборі цього методу підприємство на об'єкти інвестиційної нерухомості в обліку не нараховує амортизацію. У цьому випадку на кожен дату балансу необхідно коригувати вартість об'єкту шляхом порівняння його балансової та справедливої вартості.

Особливої уваги заслуговує питання визначення справедливої вартості, тому що спосіб підтвердження справедливої вартості інвестиційної нерухомості залежить від вибору методу оцінки із регламентованих П(С)БО № 32. Наприклад, при виборі оцінки за справедливою вартістю підприємство може скористатися послугами професійного оцінювача. Тоді його висновок буде документальним підтвердженням справедливої вартості об'єкту інвестиційної нерухомості на дату балансу. Якщо підприємство вирішує самостійно визначати справедливу вартість, то підтвердженням такої вартості об'єкту будуть проведені ним розрахунки та середньостатистичні дані за певним регіоном про вартість аналогічної нерухомості.

Розглянуті облікові аспекти інвестиційної нерухомості свідчать про необхідність подальшого дослідження питань оцінки та методики обліку об'єктів інвестиційної нерухомості в умовах ринкової трансформації економіки України. Питання оцінки є досить суперечливим і вимагає доопрацювання з боку законодавців. Кожний суб'єкт господарювання повинен намагатися оптимально дотримуватися особливостей з оцінки та обліку інвестиційної нерухомості.

#### **Список літератури**

1. Бурденко І. М. Методологічні основи обліку інвестиційної нерухомості. *ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*. 2010. № 336. С. 14 – 23.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Затв. наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість»: Затв. наказом Міністерства фінансів України від 02.07.07 р. № 779. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

УДК 657

**Коваленко Д. В.**

магістрант за спеціальністю «Облік і оподаткування»,  
Сумський національний аграрний університет,  
**Абрахам Ю. В.**  
доцент кафедри обліку і оподаткування,  
Сумський національний аграрний університет

### ШЛЯХИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Для досягнення успішної діяльності суб'єкта господарювання в сучасних ринкових умовах необхідно постійно підвищувати рівень економічної ефективності виробництва продукції. Облік готової продукції є вагомим темою для детального вивчення, який на часі полягає в тому, що велика частина підприємств України займається виробництвом та реалізацією продукції.

Головним показником економічної роботи підприємства є реалізація готової продукції. До обсягу реалізованої продукції відносять відпущення та відвантаження, не звертаючи увагу на те чи зараховані кошти на розрахунковий рахунок установи чи ні. Значними факторами для нормального функціонування підприємства в умовах конкуренції є виробництво готової продукції, її збут та отримання прибутку.

Шляхи автоматизації бухгалтерського обліку мають на меті покращення методичного та організаційного стану зазначеної системи як складової загальної процесу управління. При цьому ефективність заходів з удосконалення може бути виражена як в економічних, так і в якісних показниках. Економічні показники отриманих результатів характеризують зменшення обсягу трудових, часових і грошових витрат. Якісні показники відображають ступінь поліпшення методології, організації, техніки бухгалтерського обліку [1].

На думку Заокіпна Н. С. технологія автоматизації бухгалтерського обліку готової продукції та процесу її реалізації за своїми процесами аналогічна до звичайної паперової форми обліку. Але існують деякі відмінності між журнально-ордерною й автоматизованими обліковими формами. Вони полягають у послідовності виконання операцій і збереження даних. Застосування автоматизованого обліку готової продукції на підприємстві дає змогу повністю позбутися помилок, які виникають на етапі перенесення даних з одного первинного документа до іншого, а також при складанні різноманітних довідок і звітів [2].

При автоматизованій формі процес введення вхідної інформації проводиться тільки один раз і частково контролюється програмним забезпеченням, решта процесів – складання реєстрів, звітності тощо – проводиться автоматично. Автоматизована форма ведення бухгалтерського є кращою тим, що програмне забезпечення дає змогу перевірити повноту, правильність заповнення реєстрів відповідно до нормативних актів, швидко виявити помилку і вказати способи її виправлення. Таким чином, автоматизація обліку підвищується достовірність та оперативність надання інформації [3].

Для вирішення цієї проблеми радимо підібрати необхідний цілеспрямований спосіб програмного забезпечення, який повинен спиратися на системну комплексну оцінку. Система має бути функціональною, завершеною з погляду обліку, бути універсальною, тобто виключно для кожної галузі підприємства.

Таким чином, на даний момент актуальним залишається питання щодо автоматизації обліку готової продукції. Для пошуку розв'язання цієї проблеми потрібно обрати таке програмне забезпечення, яке спиралося б на системну комплексну оцінку. Ведення бухгалтерського обліку під час використання сучасних комп'ютерних технологій дає можливість підприємству заощаджувати важливий ресурс – час, який можна використати для більш поглибленого аналізу господарської діяльності, планування та прогнозування, а також для прийняття важливих рішень.

#### Список літератури

1. Коваль С. В. Удосконалення комп'ютерного обліку у сільськогосподарських підприємствах: Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 3 (19).
2. Заокіпна Н. С. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації. 2013. URL: <http://intkonf.org/zaokipna-ns-udoskonalenya-oblikugotovoyi-produktsiy-ta-yiyi-realizatsiyi>.
3. Саввон О. О. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації. *Держава та регіони*. 2007. № 3. С. 321 – 324.



УДК 657

**Ковальчук В. В.**

асистент кафедри економічної безпеки,  
публічного управління та адміністрування,  
Державний університет «Житомирська політехніка»,

**Широкопояс О. Ю.**

здобувач,  
Державний університет «Житомирська політехніка»

## ОСОБЛИВОСТІ ТА ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Проаналізувавши сутність поняття «державно-приватне партнерство» слід зазначити, що існують певні відмінності у трактуванні даного поняття спільною рисою є отримання взаємної вигоди від співпраці держави та приватного сектору при задоволенні суспільних потреб.

Це дозволило виділити особливості державно-приватного партнерства (ДПП): в ДПП беруть участь як державний, так і приватний сектори економіки; сторони ДПП мають зафіксувати своє співробітництво в офіційних документах; співробітництво приватного і державного сектору носить партнерський характер; співробітництво здійснюється зі спільними цілями і завданнями та спрямоване на реалізацію державних інтересу; державний і приватний сектори розподіляють між собою ризики і прибутки.

Партнерство між державним та приватним секторами може здійснюватися в різних формах, залежно від ступеня залучення приватного та публічного секторів і від ризиків, які беруть на себе кожна з сторін.

Основними формати державно-приватного партнерства є концесія, спільна діяльність, оренда (рис. 1).



Рис. 1. Основні форми ДПП

*Джерело: власна розробка*

Чинне законодавство визначає спільну діяльність як «взаємодія сторін (учасників) на договірній основі без створення юридичної особи для досягнення певної мети, що не суперечить законові, як на основі об'єднання вкладів учасників (просте товариство), так і без такого об'єднання» [4].

Згідно П(С)БО-12 «Фінансові інвестиції» «спільна діяльність – це господарська діяльність зі створенням або без створення юридичної особи, яка є об'єктом спільного контролю двох або більше сторін відповідно до письмової угоди між ними» [2].

Однією з форм ДПП є оренда. Оренда включає в себе передачу на певних умовах приватному сектору державного або муніципального майна (землі, обладнання, приміщення тощо) у тимчасове користування за певну плату на основі орендного договору. Крім того, оренда публічного майна вважається ДПП у випадку, якщо вона відповідає певним ознаками. Згідно П(С)БО 14 «Оренда» «оренда – це угода, за якою орендар набуває права користування необоротним активом за плату протягом погодженого з орендодавцем строку» [3].

Концесія є однією з найбільш поширених форм ДПП в сфері використання державної інфраструктури. Досить часто ці угоди використовують в сфері автодорожнього

будівництва. В першу чергу причиною цього є максимальна ефективність використання власного капіталу приватним сектором на відміну від держави. Концесійна угода передбачає, що приватний сектор отримає прибуток в результаті експлуатації об'єкта концесії і це зумовлює його зацікавленість в результативності роботи даного об'єкта. Тому, реалізуючи проект, приватне підприємство прагне до забезпечення повної оптимізації. Це має на увазі під собою ефективне використання ресурсів, зниження ризиків, підвищення якості послуг, що надаються, конкурентна плата за користування послугами. У зв'язку з цим фінансове навантаження на бюджет знижується. Також зменшуються операційні ризики по об'єкту для публічного сектора, наприклад, ризики розкрадання коштів, ризик можливого нанесення збитку об'єкту через недбалість посадових осіб.

Слід також узагальнити в міжнародній практиці існуючі три форми співпраці між державою і приватними операторами:

«1. Англійська модель – впроваджена в Великобританії в 1989 році і передбачає повну приватизацію комунальної інфраструктури. Водопостачання і каналізація належать семи приватним компаніям: London Water Services Ltd, Albion Water Ltd, United Utilities Water і ін;

2. Німецька модель – передбачає збереження контролю над підприємствами з боку публічної влади і передбачає включення об'єктів водопостачання та водовідведення в акціонерні капітали компаній в якості внеску муніципалітетів. Однак, повинна виконуватися вимога, що муніципалітету належить не менше 50% плюс одна акція компанії;

3. Французька модель – передбачає передачу в управління приватній компанії муніципального комунального майна на підставі довгострокового концесійного договору (до 30-50 років). Відповідно до цієї моделі, такі договори можуть дозволяти забезпечити юридичні права володіння інвестора як на передані (готові) об'єкти концесії, так і на знову споруджувані об'єкти, проте, концесіонер втрачає права володіння і зобов'язується повернути все майно в муніципальну (державну) власність після закінчення терміну дії договору. Тим самим муніципалітет, знижує свої поточні експлуатаційні витрати по підтримці муніципального майна і втрачає назавжди дане майно, а інвестор – концесіонер зацікавлений юридично захищений на термін дії договору, а також зацікавлений в розвитку предмета концесії з метою компенсації інвестицій і отримання прибутку» [1].

Таким чином, на підставі розглянутих підходів можна виділити наступні загальні характеристики механізму концесії: концесія є передачею прав володіння, користування, експлуатації державою приватному сектору; договір концесії укладається на певний обмежений термін, після якого об'єкт концесії переходить в користування публічного сектора; передача державного (муніципального) об'єкта в концесію відбувається з метою його будівництва, модернізації; володіння і користування приватним сектором об'єкта концесії відбувається за рахунок власних коштів або за допомогою залучення додаткових інвестицій.

Основними перевагами концесій є: залучення додаткових інвестицій і ресурсів в державний сектор, перекладання основних ризиків на приватний сектор, зберігши при цьому в державній власності об'єкти, які передаються в концесію.

Отже, дослідження ДПП і концесії, а також їх специфіки та особливостей є актуальним серед вітчизняних та зарубіжних науковців. В цілому, можна відзначити, що концесійний механізм є ефективним способом залучення додаткового капіталу, а також розвитку галузей інфраструктури. Особливо це актуально для вітчизняної економіки в умовах сучасного етапу її формування використання механізмів концесій, так як це може посприяти виходу з кризи основних галузей інфраструктури.

#### **Список літератури**

1. Гапаева С. У. Учет договоров по концессионным соглашениям в соответствии с МСФО и РСБУ в организациях жилищно-коммунального хозяйства России. *Аудит и финансовый анализ*. 2014. № 3 С. 44 – 50.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції» № 91 від 26.04.2000 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» № 181 від 28.07.2000 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>.
4. Цивільний кодекс України №435-IV від 16.01.2003 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15/ed20180307/paran5137/sp:max10?sp=:max10&lang=ru>.

УДК 657.1

Кострова М. М.  
магістрант,

Сумський національний аграрний університет

### ЗНАЧЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

Оплата праці – це процес, при якому роботодавець видає працівникові певну суму грошей за виконану останнім роботу. Розмір грошової суми визначається найчастіше трудовим договором або усними домовленостями. Отримання оплати за виконану роботу – право кожної людини, закріплене в різних правових актах держави. Якщо роботодавець не видав працівникові оплату за працю, працівник має право звернутися до суду з позовом до роботодавця. Як правило, усні домовленості між сторонами не можуть бути використані як доказ провини однієї зі сторін в ході судового розгляду. Розглянемо основні значення оплати праці для економічної діяльності фізичних а також юридичних осіб.

По-перше, до таких можна віднести засновані на мотивації праці – процесі спонукання людини до певної діяльності:

- людина усвідомлює свої потреби;
- вибирає найкращий спосіб отримання певної винагороди;
- приймає рішення про реалізацію цього способу;
- здійснює дії по реалізації, тобто працює;
- отримання винагороди;
- задоволення своєї потреби.

По-друге, це відтворювальне значення:

- рівень оплати праці повинен забезпечувати відтворення;
- забезпечувати тривалу працездатність;
- забезпечення сім'ї;
- забезпечення зростання професійного та культурного освітнього рівня.

Належним чином побудований процес бухгалтерського обліку праці та її оплати спроможний забезпечити своєчасне формування неупередженої обліково-економічної інформації про витрати на оплату праці, її оподаткування та відображення у реєстрах аналітичного і синтетичного обліку, зазначає Н. В. Оляднічук [1].

В свою чергу А. В. Малахова [2, с. 709] вказує, що держава повинна боротися з порушенням трудових прав людини і стежити за дотриманням роботодавцями норм трудового законодавства. Але при цьому для бізнесу повинні створюватися відповідні умови, які стимулювали б його до належного оформлення трудових відносин із працівниками, а не тільки залякування величезними штрафами.

На сьогоднішній день найважливішими завданнями обліку праці та заробітної плати є: проведення розрахунків з персоналом підприємства з оплати праці у встановлені терміни, своєчасно і правильно відносити в собівартість продукції (робіт, послуг) суми нарахованої заробітної плати та відрахувань, збір і групування показників з праці та заробітної плати для цілей оперативного керівництва й складання необхідної звітності.

Можна погодитись із А. А. Машевською [3, с. 99] яка зазначає, що оплата праці – це винагорода, яку отримує працівник за виконану ним роботу, а також за працю, яка вкладається у виробництво продукції.

Одним з основних шляхів підвищення ефективності обліку заробітної оплати праці на підприємствах є зростання продуктивності праці до яких, на наш погляд, можна віднести:

- 1) підвищення технічного рівня виробництва на підприємстві і вдосконалення управління, організації виробництва і праці, яке веде до економії витрат робочого часу на виробництво одиниці продукції;
- 2) поліпшення використання робочого часу, що дозволяє випускати більше продукції без збільшення числа працівників;
- 3) краще використання кадрів в трудових колективах з метою збільшення виробітку в розрахунку на кожного працюючого.

Отже, облік праці та заробітної плати – центральне питання у всій системі обліку підприємства. Будь-який процес господарської діяльності пов'язаний з витратами не тільки

коштів і предметів праці, а й з витратами праці та її оплати. Підвищення продуктивності праці зумовлене зростанням ефективності виробництва. Витрати на оплату праці – найважливіший елемент загальних витрат, витрати вимірюються в відпрацьованому часі. Саме цим, на наш погляд, обумовлена необхідність проведення дослідження розрахунків з оплати праці, формування фонду оплати праці та віднесення витрат на оплату праці до складу витрат виробництва.

#### **Список літератури**

1. Оляднічук Н. В. Облік оплати праці та її оподаткування. URL: <http://www.lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/3379/1/ОБЛІК%20ОПЛАТИ%20ПРАЦІ%20ТА%20ЇЇ%20ПОДАТКУВАННЯ%20.PDF>.
2. Малахова А. В. Основні аспекти трудових відносин та їх вплив на організацію обліку заробітної плати на підприємстві. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6 (17). С. 704 – 710. URL: [http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17\\_2018/123.pdf](http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/123.pdf).
3. Машевська А. А. Правове регулювання обліку оплати праці на підприємствах сільського господарства. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 2. С. 93 – 103. URL: <http://efm.vsau.org/files/pdfa/3473.pdf>.

**УДК 657**

**Лайчук С. М.**

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту,  
Державний університет «Житомирська політехніка»,

**Осіпчук Д. С.**

магістрант,  
Державний університет «Житомирська політехніка»

### **ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ТА ЕКСПОРТНІ ОПЕРАЦІЇ**

Бухгалтерський облік є одним із важливих елементів діяльності будь-якого підприємства. Він є найважливішим джерелом інформації для користувачів, що мають зацікавленість в діяльності суб'єкта господарювання. Але якість прийнятих рішень залежить від якості наданої інформації. Тому з метою надання повної, правдивої та неупередженої інформації важливим є правильна організація бухгалтерського обліку. Одним із головних складових організацій обліку є облікова політика. Оскільки саме в ній зазначаються принципи, методи і процедури, за допомогою яких здійснюється ведення бухгалтерського обліку.

Варто зазначити, що не кожен об'єкт бухгалтерського обліку є об'єктом облікової політики, тому що об'єктами облікової політики можуть виступати лише ті об'єкти, щодо яких існують альтернативні варіанти обліку, які зафіксовані у положеннях (стандартах). Відповідно всі методи та оцінки, які планує використовувати підприємство в своїй діяльності, мають бути зафіксовані у Положенні про облікову політику. Якщо такі записи не будуть здійснені, то суб'єкт господарювання не має права їх використовувати.

Облікова політика є одним із факторів впливу на фінансовий результат діяльності підприємства. За допомогою наведених альтернативних варіантів обліку (методів) підприємство має змогу впливати на фінансовий результат як в сторону збільшення, так і в сторону зменшення. Для цього лише потрібно обрати найбільш прийнятний метод обліку, який наведений у положеннях бухгалтерського обліку чи у міжнародних стандартах у разі ведення обліку за МСФЗ.

У Положенні про облікову політику розкриваються обрані підприємством специфічні методи та способи організації і ведення бухгалтерського обліку. Для валютних операцій в даному документі необхідно виокремити окремий підрозділ, де вказати обрані методи обліку. Оскільки експортні операції спричиняють виникнення таких активів як монетарні та немонетарні, то важливо надавати їх чітке розмежування в обліковій політиці. Оскільки монетарні активи тягнуть за собою визначення курсових різниць, а ті в свою чергу виступають об'єктом облікової політики.

Розглядаючи законодавство на наявність альтернативних варіантів щодо обліку експортних операцій виявлено, що П(С)БО 21 п. 8 визначає два методи перерахунку курсових різниць: 1) у межах господарської операції; 2) за всією статтею балансу.

Отже, якщо ми маємо два варіанти перерахунку курсових різниць, то відповідно суб'єкт господарювання має обрати для себе найбільш зручний та корисний варіант. Чи впливатиме метод перерахунку на фінансовий результат підприємства? Однозначно, що так. Якщо суб'єкт господарювання обере другий варіант визначення курсових різниць, то за умови зростання курсу його дохід буде значно більшим, ніж при використанні першого варіанту. Але це за умови якщо курс зростає. Якщо ж курс знизиться, то відповідно за другим варіантом підприємство отримає витрат більше, ніж при першому методі. Тому перед суб'єктами господарювання лежить нелегкий вибір, якому з методів надати перевагу.

Якщо говорити про валютні операції в цілому, то у Положенні про облікову політику має міститися така інформація: критерії розподілу активів на монетарні та немонетарні; вказати перелік активів, що можуть бути монетарними; визначити, яким способом здійснюватиметься перерахунок курсових різниць; на яких рахунках та субрахунках будуть відображатися ці операції та навести ці рахунки в робочому плані рахунків; скласти графік документообігу по валютних операціях; інформація, що потребує розкриття у примітках до фінансової звітності.

А так як експортні операції є одним із видів валютних операцій, то тут застосовуються ті самі вимоги, що були прописані в обліковій політиці щодо валютних операцій.

Також необхідно звернути увагу на створення графіку документообігу, оскільки експортні операції оформлюються значною кількістю документів. Тому важливо, щоб кожен документ вчасно надійшов до бухгалтерії та був проведений в системі бухгалтерського обліку.

Що стосується рахунків бухгалтерського обліку, то планом рахунків передбачені синтетичні та аналітичні рахунки для відображення цих операцій. Проте для зручності, а також для цілей управлінського обліку необхідним є відкриття аналітичних рахунків другого та третього порядків. В такому випадку об'єктами аналітики можуть бути: види валют; види контрагентів; види валютних операцій тощо. Все це має бути зазначено в робочому плані рахунків.

І на кінець залишається прописати порядок розкриття інформації про валютні операції в примітках до фінансової звітності. П(С)БО 21 визначає ті статті, що підлягають розкриттю в обов'язковому порядку. Однак суб'єкт господарювання може вписати на свій розсуд ще додаткову інформацію, яку він бажає розкрити.

Отже, облікова політика в частині експортних операцій є важливим елементом організації їх обліку. Положення облікової політики супроводжують процес відображення таких операцій від моменту надходження первинного документу до відображення результатів такої операції у звітності. Тому важливим є повне розкриття такого об'єкту як монетарні активи в обліковій політиці підприємства, порядок їх документування, відображення на рахунках і розкриття у фінансовій звітності. Якісна облікова політика валютних операцій допоможе користувачам інформації отримати повну і достовірну інформацію, що дозволить приймати ефективні управлінські рішення.

**УДК 657**

**Лисичко А. М.**

кандидат економічних наук,

Державний університет «Житомирська політехніка»,

**Мельник І. М.**

здобувач кафедри обліку і аудиту,

Державний університет «Житомирська політехніка»

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Аналіз ефективності діяльності будь якого суб'єкта господарювання неодмінно використовуватиме показники, що дозволяють оцінити ефективність управління власним капіталом. В частині аналізу ефективності управління власним капіталом важливим є дослідження його з позицій формування та використання. Зважаючи на те, що оцінка

власного капіталу дозволяє визначити рівень кредитоспроможності та платоспроможності, його вважають одним із найважливіших фінансових показників суб'єктів господарювання.

Вітчизняні вчені сформуvalи достатній інструментарій для оцінки капіталу суб'єктів господарювання, що налічує близько сорока показників. Слід відзначити, що в частині аналізу власного капіталу використовуються різні підходи, а саме це:

– горизонтальний аналіз, що передбачає оцінку капіталу з позицій визначення динаміки його зміни;

– вертикальний, що передбачає визначення структури власного капіталу, оцінку частки кожної складової у власному капіталі;

– порівняльний аналіз, основною метою якого є порівняння даних досліджуваного періоду із плановими показниками, середньоарифметичними у сфері функціонування підприємства або ж за умови застосування методики бенчмаркінгу – із еталонними значеннями у даній галузі, сфері тощо;

– коефіцієнтний, що дозволяє дослідити власний капітал за допомогою відносних показників та віднайти причинно-наслідкові зв'язки зміни тієї чи іншої категорії. В даному аспекті можна застосувати методику факторного аналізу, що передбачає визначення впливу факторів на досліджувану категорію.

З огляду на визначене, серед показників, що існують у науковій літературі, виокремлено рід коефіцієнтів, які доцільно використовувати для оцінки власного капіталу лісогосподарських підприємств. Дані показники згруповано за двома напрямками: оцінка ефективності використання власного капіталу та оцінка рентабельності капіталу, характеристику яких наведено в табл. 1

*Таблиця 1*

**Показники економічного аналізу ефективності використання  
власного капіталу лісогосподарських підприємств**

Назва показника	Формула	Пояснення	Факторна модель
1	2	3	4
<i>Ефективність використання</i>			
Коефіцієнт фінансової незалежності	= власний капітал / загальна сума капіталу	показує, яка частка власного капіталу у загальній сумі капіталу підприємства	= $(3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK) / ВБ$
Коефіцієнт фінансової залежності	= залучений капітал / загальна сума капіталу	показує частку залученого капіталу в загальній сумі капіталу підприємства	= $(ВБ - (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)) / ВБ$
Коефіцієнт фінансової стабільності	= власний капітал / залучений капітал	показує у скільки разів сума власного капіталу перевищує розмір залученого капіталу	= $(3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK) / (ВБ - (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK))$
Коефіцієнт фінансового ризику	= залучений капітал / власний капітал	показує у скільки разів сума залученого капіталу перевищує суму власного капіталу	= $(ВБ - (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)) / (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)$
Індекс постійного активу	= сума необоротних активів / власний капітал	відображає суму необоротних активів, що припадають на 1 гривню власного капіталу	= сума необоротних активів / $(3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)$
<i>Рентабельність</i>			
Рентабельність власного капіталу (за валовим прибутком)	= валовий прибуток / власний капітал	визначає ефективність використання власних ресурсів для отримання прибутку	= $((Ц * ОР) - c_v - ПДВ) / (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)$
Рентабельність власного капіталу (за чистим прибутком)	= чистий прибуток / власний капітал	визначає величину чистого прибутку, заробленого кожною гривнею вкладеного власного капіталу	= $((Ц * ОР) - c_v - ПДВ - ПнП) / (3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK)$
Період окупності власного капіталу	= власний капітал / чистий прибуток	визначає величину власного капіталу, що припадає на одиницю отриманого чистого прибутку	= $(3(n)K + K_d + DK + PK + НП - НК - BK) / ((Ц * ОР) - c_v - ПДВ - ПнП)$

*Продовж. табл. 1*

1	2	3	4
Рентабельність власного капіталу за моделлю Du Pont	= рентабельність продажу * оборотність активів * коефіцієнт фінансової залежності	дозволяє ідентифікувати і дати порівняльну характеристику основних моментів, що впливають на зміну того або іншого показника діяльності підприємства	= (ЧП/ВР)*(ВР/ВБ)* (СК/ВлК)
<p><i>Примітка:</i> З(п)К – зареєстрований (пайовий) капітал; Кд – капітал у дооцінках; ДК – додатковий капітал; РК – резервний капітал; НП – нерозподілений прибуток; НК – неоплачений капітал; ВК – вилучений капітал; ВБ – валюта балансу; Ц – ціна реалізованої продукції лісгосподарських підприємств (за видами продукції); ОР – обсяги реалізованої продукції лісгосподарських підприємств (за видами продукції); с\в – собівартість реалізованої продукції за видами лісгосподарської продукції; ПДВ – сума ПДВ (за видами лісгосподарської продукції); ПнП – сума податку на прибуток; СК – сукупний капітал; ВлК – власний капітал.</p>			

*Джерело: власна розробка*

Застосування методу факторного аналізу в процесі оцінки ефективності використання власного капіталу, дозволяє визначити та проаналізувати вплив кожного фактору на результативний показник, що в подальшому дозволить прийняти відповідні управлінські рішення щодо поліпшення діяльності лісгосподарських підприємств. Слід відзначити, що в контексті аналізу власного капіталу з позицій рентабельності, можна використовувати факторну модель, де деталізуватимуться фактори в розрізі видів лісгосподарської продукції, що дасть змогу оцінити ефективність кожного виду продукції та її вплив на прибутковість діяльності в цілому. Загалом, на значення ефективності використання власного капіталу впливатимуть: положення облікової політики в частині амортизаційної політики щодо основних засобів, нематеріальних активів та фінансових інструментів, в частині формування резервів, розподілу прибутку, викупу акцій, а також порядку погашення заборгованості за внесками до статутного; випуск акцій в частині отримання емісійного доходу; безкоштовно отримані необоротні активи.

Таким чином, використання багатофакторних моделей оцінки власного капіталу дозволить удосконалити управлінські процеси на лісгосподарських підприємствах та оцінити вплив складових власного капіталу на фінансовий стан підприємств.

**УДК: 657.2**

**Машевська А. А.**

асистент кафедри бухгалтерського обліку,  
Вінницький національний аграрний університет

### **УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ІЗ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

З розвитком ринкової економіки в Україні та удосконалення управління підприємствами, із застосування оновленої стратегії з розвитку підприємств сільського господарства зазнає змін в кращу сторону система бухгалтерського обліку, її значення та роль в процесі діяльності підприємства.

Фонд оплати праці вважається однією з найскладніших та однією з найбільших економічних складових у сфері бухгалтерського обліку. Він являється першочерговим джерелом доходів працівників найму згідно трудового договору, а для роботодавців – вагомою статтею витрат виробництва, а також, досить дієвим та ефективним стимулом до праці для досягнення поставлених цілей підприємством.

Питання удосконалення організації обліку розрахунків з оплати праці на сільськогосподарському підприємстві є основою соціально-трудова відносин працівників, роботодавців та держави, які в свою чергу, мають вплив на ефективність управління трудовими ресурсами в цілому. Теоретичний та практичний аспекти питання розрахунків з оплати праці є актуальними, оскільки заробітна плата – це одна з найскладніших економічних категорій. Крім того, оплата праці є одним із чинників ефективності діяльності



підприємства, оскільки розмір нарахованої заробітної плати, своєчасність і повнота розрахунків із працівниками впливає на якість праці найманих працівників та суму витрат підприємства [1, с. 121].

Удосконалення організації обліку оплати праці також можливе завдяки використанню результатів наукових досліджень міжнародного досвіду. Доцільним буде перейняти досвід оплати праці зарубіжних країн, а саме: заробітна плата кожного працівника має бути встановлена індивідуально; перегляд заробітної плати робітників проводиться один раз на рік; застосовуються системи матеріального заохочення для різних категорій працівників; рівень заробітної плати має відображати досягнення та мотивацію працівника. Заходи спрямовані на вдосконалення оплати праці, містять насамперед забезпечення залежності розмірів заробітної плати від особистого внеску працівників у результати праці [4, с. 139; 5].

Важливе значення при оцінюванні розміру заробітної плати має чітка організація облікової роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною та трудомісткою. У цілому, організація оплати праці на підприємстві – це сукупність дій, метою яких є забезпечення визначення величини заробітної плати, принципів її нарахування, строків виплати, диференціації, співвідношення з іншими показниками діяльності підприємства тощо. Організація оплати праці базується на трьох елементах: нормуванні праці, її тарифікації, а також на системах і формах оплати праці. При цьому нормування праці дозволяє дати кількісну оцінку праці, тарифікація – якісну, а системи та форми показують порядок нарахування заробітної плати [2].

Одним із можливих напрямів удосконалення оплати праці працівників є підвищення матеріальної зацікавленості працівників. Необхідно звертати особливу увагу на мотиваційні заходи в організації та стимулюванні праці на підприємстві, серед яких значного розповсюдження набули преміювання, доплати й надбавки. Треба наголосити, що, з одного боку, рівень премії як форма стимулювання працівників виробничої діяльності повною мірою залежить від результатів діяльності підприємства і, навпаки, результат господарювання залежить від практичної організації системи преміювання окремих категорій персоналу. Мотивація працівників підвищується, якщо вони бачать, як досягнення цілей підрозділу й організації допомагає їм у досягненні їхніх власних цілей, а також якщо вони попередньо поінформовані про те, що вони повинні робити, щоб одержати винагороду. Успішний вплив на трудову мотивацію персоналу неможливий без регулярного зворотного зв'язку у вигляді оцінювання ефективності цих впливів. При заохочуванні працівників, які здійснюють функції управління, треба враховувати ініціативність, організаторські здібності, оперативність, об'єктивність, здатність мислити перспективно, бачити невикористані резерви, спроможність узагальнювати, аналізувати, творчо усвідомлювати застосовувати на практиці досягнення науки й техніки. Так, доцільним є переведення оплати керівників, службовців і фахівців на контрактну форму, яка дозволяє привабити й утримати найбільш кваліфікованих і творчо активних спеціалістів, гнучко регулювати чисельність та склад управлінського персоналу [3, с.76].

Важливим напрямом удосконалення обліку розрахунків з оплати праці є автоматизація облікового, аналітичного й контрольного процесу, яка дозволяє зменшити кількість помилок при обробці інформації, скоротити час на здійснення облікових, аналітичних та контрольних процедур, зменшити кількість ручних операцій. Дієвим засобом поліпшення обліку також можна вважати проведення на підприємстві внутрішнього аудиту розрахунків за виплатами працівникам [1, с. 121].

Не менш актуальним питанням є необхідність у відображенні економічно достовірної та обґрунтованої інформації про виконання нормативів і динаміку показників про працю, нагляд за дотриманням співвідношення зростання продуктивності праці та заробітної плати, за зменшенням невиробничих витрат, прихованих і явних збитків робочого часу, стимулювання праці на підприємстві. На основі цієї інформації здійснюється контроль за використанням робочого часу на підприємстві, упровадженням прогресивних методів праці, дотриманням правильного співвідношення між зростанням продуктивності праці та заробітної плати [1, с. 121].

Отже, на сьогодні організація обліку заробітної плати займає одне з основних місць по всій системі обліку підприємства. І тому, для того щоб отримати високі результати й

досягти поставлених цілей необхідно забезпечити підприємство кадровим, інформаційним та організаційним потенціалом. Для цього є пропозиція вдосконалити організацію оплати праці наступним чином, а саме, вдосконалити ту систему організації документообігу й аналізу що існує на підприємстві, змінити систему оплати праці, на таку, яка була б більш орієнтована на мотивацію працівників, запровадити гнучкі форми та системи оплати праці; вдосконалення чинної моделі аналітичного обліку, що полягає в конкретизації рахунку для групування інформації щодо сум нарахованої заробітної плати, виходячи з власних потреб підприємства; впровадження автоматизованої системи обробки облікової інформації, що дозволить скоротити час розрахунків і обліку оплати праці та з найменшими затратами у визначенні термінів одержати інформацію; створення зарплатного проекту для оплати праці за допомогою системи платіжних карток; використання результатів наукових досліджень міжнародного досвіду.

#### **Список літератури**

1. Миронова Ю. Ю., Панасенко В. А. Проблеми організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві. *Економіка і регіон*. 2016. № 1 (56). С. 121 – 126.
2. Островерха Р. Е. Організація обліку : навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / Р. Е. Островерха; Держ. податкова адміністрація України; Нац. ун-т держ. податкової служби України. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 568 с. До 90-річчя навчального закладу.
3. Садовніков О. А., Сировой Г. В. Сучасні проблеми обліку розрахунків з оплати праці та удосконалення їх шляхів. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2011. № 8 (162). Ч. 1. С. 76 – 83.
4. Баранов В. Світовий досвід побудови ефективної системи оплати праці на підприємстві. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2011. Вип. 20 (1). С. 139 – 145. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu\\_e\\_2011\\_20\(1\)\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2011_20(1)_23).
5. Гриньова В., Шульга Г. Економіка праці та соціально-трудова відносина: навчальний посібник. К.: Знання, 2010. 310 с. (Вища освіта XXI століття).

**УДК 657.339**

**Оляднічук Н. В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку і оподаткування  
Уманський національний університет садівництва

### **ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ**

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» [9] визначає методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності підприємств незалежно від форм власності. Дебіторська заборгованість визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума.

Методологічні, організаційні та нормативно-правові аспекти виникнення та обліку дебіторської заборгованості завжди були в центрі уваги науковців, серед яких: Г. І. Андрєєва [1], С. Л. Береза [2], Л. С. Гангал [3], І. О. Єригіна [4], А. М. Карбовник [5], О. П. Мальчевська [6], Г. О. Москалюк [7], чий науковий здобуток беззаперечно мають велику цінність, але недостатньо розкривають питання облікового характеру дебіторської заборгованості.

Відображення в балансі дебіторської заборгованості за чистою реалізаційною вартістю вимагає визначення тієї її частини, яка не може бути оплачена через неплатоспроможність боржника. Така дебіторська заборгованість називається сумнівною або безнадійною. З метою мінімізації ризику виникнення безнадійної та сумнівної заборгованості рішення про реалізацію продукції у кредит приймається на основі інформації, сформованої кредитним відділом підприємства про платоспроможність клієнта. Проте в практичній діяльності завжди є контрагенти, які не погашають дебіторську заборгованість через неплатоспроможність. В такому випадку розробляються різні системи контролю фінансового стану боржників, за якими виникла безнадійна заборгованість, з метою можливого її погашення.

Наявність сумнівної заборгованості свідчить про втрату частини доходу від реалізації, що вимагає його зменшення або збільшення витрат, а також відповідного коригування величини дебіторської заборгованості. У міжнародній практиці безнадійна заборгованість переважно відноситься на витрати з використанням двох методів: прямого списання і створення резерву для безнадійних боргів. При використанні методу прямого списання, очікувані збитки від безнадійних боргів не прогноуються, а списуються на витрати тоді, коли стає точно відомо, що рахунок не буде оплачено. За умови застосування методу створення резерву для безнадійних боргів здійснюється попередня оцінка можливої величини сумнівної заборгованості на основі інформації за попередні роки про частку безнадійних боргів у чистій реалізації або у загальній величині дебіторської заборгованості. Списання безнадійної заборгованості відбувається за рахунок створеного резерву. Витрати на сумнівні борги відображаються у звіті про прибутки і збитки як поточні витрати, а резерв для покриття сумнівних боргів зменшує в балансі суму рахунків до отримання.

Правильне і своєчасне списання дебіторської заборгованості відіграє важливу роль при формуванні фінансових результатів діяльності підприємства. Зокрема, необхідно удосконалювати методичний підхід до обліку та аналізу дебіторської заборгованості, тому що саме це є основним інструментом покращення фінансового стану підприємства. Для цього необхідно підготувати та здійснити комплекс заходів:

- використовувати метод нарахування резерву сумнівних боргів на підставі класифікації дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги за термінами їх непогашення (до 3, 6, 12 місяців);

- використовувати метод надання знижок за дострокове погашення дебіторської заборгованості;

- проводити інвентаризацію дебіторської заборгованості підприємств в кінці кожного звітнього періоду і на її основі розраховувати резерв сумнівних боргів на наступний період;

- оцінювати фінансовий стан та платоспроможність потенційних дебіторів;

- встановити певні ліміти розміру заборгованості як в цілому по підприємству, так і на кожного дебітора окремо;

- внести зміни у П(с)БО 10 «Дебіторська заборгованість», де слід вказати, що поточна дебіторська заборгованість є оборотним активом, а довгострокова – необоротним, і вони обліковуються на різних рахунках.

З метою удосконалення обліку розрахунків з дебіторами та забезпечення своєчасного погашення дебіторської заборгованості необхідно:

- створити інформаційну базу учасників розрахункових операцій суб'єкта підприємництва;

- перевірити можливість погашення взаємної заборгованості за допомогою звірок взаємних вимог та зобов'язань;

- скоротити обсяги заборгованості, шляхом проведення взаємозаліків;

- вести облік та звітність проведених взаєморозрахунків.

Таким чином, враховуючи високі темпи інфляції, що характеризують сучасну економіку України, іммобілізація значної частини коштів підприємства у дебіторській заборгованості не тільки сповільнює фінансовий цикл підприємства, але і є вкрай не вигідною для суб'єктів господарювання. Зважаючи на наявні тенденції економічного розвитку України та стан дебіторської заборгованості, широке та ефективне впровадження внутрішнього контролю є необхідною передумовою успішного функціонування підприємств.

#### **Список літератури**

1. Андреева Г. І. Роль аналізу поточної дебіторської заборгованості при оцінці обґрунтованості управлінських рішень. URL: [http://www.rusnauka.com/8\\_NMIW\\_2014/Economics/7\\_162960.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2014/Economics/7_162960.doc.htm).

2. Береза С. Л. Облік і контроль грошових активів та дебіторської заборгованості: теорія і практика: автореф. дис. ... канд. економ. наук : спец. 08.06.04 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит // Житомирський інженерно-технологічний ін-т. Житомир. 2002. 308 с.

3. Гангал Л. С. Основні проблеми та шляхи вдосконалення обліку дебіторської заборгованості. URL: [rusnauka.com/18\\_EN\\_2009/Economics/48184.doc.htm](http://www.rusnauka.com/18_EN_2009/Economics/48184.doc.htm).

4. Єригіна І. О. Проблема управління дебіторською заборгованістю підприємства та шляхи її вирішення. URL: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63411.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63411.doc.htm).

5. Карбовник А. М. Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю та їх вплив на джерела формування оборотних активів. *Фінанси України: наук.-виробн. журн.* 2016. № 10. С. 94 – 99.
6. Мальчевська О. П. Недоліки обліку дебіторської заборгованості підприємств України та напрями їх усунення. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2017/%D0%BD%>.
7. Москалюк Г. О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1754>.
8. Оцінка та облік сумнівної заборгованості. URL: [https://pidruchniki.com/1061120745787/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/otsinka\\_oblik\\_sumnivnoyi\\_zaborgovanosti](https://pidruchniki.com/1061120745787/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/otsinka_oblik_sumnivnoyi_zaborgovanosti).
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: наказ Міністерства фінансів України від 8.10.99 р. № 237. База даних Законодавство України. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4018>.
10. Соловей Н. В., Маліношевська К. І. Проблеми обліку дебіторської заборгованості. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppei/2010\\_25/malinoshevska.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2010_25/malinoshevska.pdf).

**УДК 657.6**

**Омеляненко В. І.**

магістрант,

Сумський національний аграрний університет

### **ТИПОВІ ПОМИЛКИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Для здійснення будь-якої діяльності підприємство повинно мати необхідні матеріальні умови та засоби праці. Вартість засобів праці та іншого майна, які протягом декількох років обслуговують господарську діяльність підприємства, складають основні засоби. У бухгалтерському обліку відображається вартість та матеріально-речовий склад основних засобів.

Основні засоби відносяться до головного виробничого капіталу підприємства. Їх облік вимагає особливої уваги з боку бухгалтерії.

Роль основних засобів в діяльності підприємства, а також у розвитку економіки країни величезна. Склад основних засобів і їх стан зумовлюють подальше вдосконалення виробництва, рівень конкурентоспроможності вироблених підприємством товарів, виконання робіт та надання послуг. Від величини й динаміки вікових характеристик основних засобів і, перш за все їх найактивнішої частини: машин та устаткування, багато в чому залежить технічний рівень і ефективність виробництва. Незавантажені та застарілі потужності збільшують витрати підприємства і перешкоджають економії виробничих витрат для збільшення споживчого попиту й зростання ділової активності.

Ефективна організація бухгалтерського обліку основних засобів має забезпечити досягнення цілей обліку, а саме: своєчасне відображення на рахунках бухгалтерського обліку повної інформації про оцінку, надходження, внутрішнє переміщення і вибуття основних засобів; відображення даних про нарахування амортизації основних засобів за звітний період і їх знос з початку строку корисного використання; визначення витрат на підтримку об'єктів у робочому стані, їх відновлення і поліпшення; визначення фінансових результатів від реалізації та іншого вибуття основних засобів; накопичення інформації для складання звітності про основні засоби і капітальні інвестиції [1, с. 67].

Відсутність достовірної облікової інформації може призвести до формування даних, що в спотвореному вигляді відображають фінансово-майновий стан підприємства. Саме облікова інформація дозволить сформулювати загальну концепцію ефективності управління основними засобами підприємствами [2, с. 1082].

У зв'язку з цим в даний час актуальними є питання оновлення та модернізації основних засобів, обліку та контролю за рухом і використанням об'єктів основних засобів та недопущення помилок при відображенні господарських операцій з ними.

До таких можна віднести:

- включення у склад основних засобів: активів, орендованих на умовах операційної оренди; активів, що підлягають списанню (які не можуть бути використані або продані);
- відображення малоцінних необоротних матеріальних активів строком служби більше року на рахунку запасів 22 «Малоцінні швидкозношувані предмети»;

– недотримання вартісного критерію, встановленого для відокремлення малоцінних необоротних матеріальних активів (МНМА) у обліковій політиці, прийнятій на підприємстві;

– невідповідність методів нарахування амортизації, визначених у обліковій політиці тим, що фактично застосовуються підприємством;

– нараховується амортизація на об'єкти, які не повинні амортизуватися (об'єкти на консервації, об'єкти, які повинні бути списані);

– некоректне ведення обліку дооцінки основних засобів;

– некоректне використання Плану рахунків часто призводить до некоректного формування статей звітності;

– некоректне формування статей звітності;

– некоректне відображення операцій з основними засобами в обліку, які суперечать вимогам Інструкції про застосування Плану рахунків та призводять до некоректного подання інформації у фінансових звітах.

Необхідно удосконалити теоретичні і практичні засади організації обліку основних засобів у напрямі розширення її управлінських можливостей, максимально пристосовуючи до практичних потреб суб'єктів господарювання, що виникають у процесі прийняття управлінських рішень щодо руху основних засобів та ефективності їх використання. Основними шляхами удосконалення організації обліку основних засобів є раціоналізація як кожної форми документів і реєстрів обліку, так і методів, і способів збирання, обробки і узагальнення облікової інформації, адаптованих до сучасних умов [3].

На закінчення, можна зробити висновок, що використання основних засобів, задіяних на підприємствах, в сучасних економічних умовах, служать одним з найважливіших економічних ресурсів і, безперечно, впливають на показники його діяльності. Основні засоби, сформовані на початковому етапі діяльності підприємства, вимагають постійного управління ними. Дане управління здійснюється в межах бухгалтерського обліку.

#### **Список літератури**

1. Левченко О.П. Проблеми організації обліку основних засобів та шляхи їх вирішення. *Молодий вчений*. 2017. № 1.1 (41.1). С. 64 – 67. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/1/193.pdf>.

2. Кузьома В.В. Проблемні аспекти та напрями удосконалення обліку основних засобів в аграрних підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 1081-1083. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/231.pdf>.

3. Вдосконалення підходів до організації обліку основних засобів підприємства в сучасних умовах. URL: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/32375/1/2017\\_Brik\\_Vdoskonalennia\\_pidkhodiv.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/32375/1/2017_Brik_Vdoskonalennia_pidkhodiv.pdf).

**УДК 657**

**Павлик Т. М.**

магістрант,

Сумський національний аграрний університет

### **РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ОБЛІКУ**

Оплата праці – це тема, що ніколи не втрачає своєї актуальності. Адже підприємства у своїй господарській діяльності не можуть обійтися без залучення найманих працівників. Доволі часто найману працю використовують і фізособи-підприємці. У такій ситуації надзвичайно важливо правильно нарахувати і виплатити заробітну плату працівникам з дотриманням усіх законодавчо встановлених гарантій в оплаті праці [1].

Біля керма «зарплатного» регулювання, безумовно, знаходяться профільні (і не лише) законодавчі акти. Так, законодавство про оплату праці ґрунтується на:

– Конституції України;

– КЗпП;

– Законі про оплату праці;

– Законі про колективні договори;

– інших законодавчих актах [1].

Основні напрями державного регулювання оплати праці працівників підприємств регламентовані ст. 8 Закону про оплату праці. Зокрема, воно здійснюється шляхом:

- встановлення розміру мінімальної заробітної плати (далі – МЗП) та інших державних норм і гарантій;
- встановлення умов і розмірів оплати праці керівників підприємств, заснованих на державній і комунальній власності, працівників підприємств, установ та організацій, що фінансуються чи дотуються з бюджету;
- оподаткування доходів працівників [1].

МЗП встановлюють одночасно в місячному та погодинному розмірах, під МЗП розуміють встановлений законом мінімальний розмір оплати праці за виконану працівником місячну (годинну) норму праці. Робить це Верховна Рада України за поданням КМУ. Зазвичай це відбувається один раз на рік при затвердженні Державного бюджету України. При цьому мають бути враховані пропозиції, вироблені шляхом переговорів спільного представницького органу об'єднань профспілок і спільного представницького органу об'єднань організацій роботодавців на національному рівні (ст. 10 Закону про оплату праці). Зазначимо, що МЗП не може бути нижче прожиткового мінімуму для працездатних осіб МЗП є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств усіх форм власності і господарювання та фізосіб, які використовують працю найманих працівників, за будь-якою системою оплати праці. Таким чином, розмір заробітної плати працівника за повністю виконану місячну (годинну) норму праці не може бути нижчим за МЗП (ч. 1 ст. 3<sup>1</sup> Закону про оплату праці) [1].

Інтереси працівників представляє профспілка, що має статус всеукраїнської, а інтереси роботодавців – відповідне об'єднання організацій роботодавців із всеукраїнським статусом в особі уповноважених ними органів [1].

У разі відсутності відповідних представників при укладенні генеральної (галузевої, міжгалузевої) угоди підприємства можуть (але не зобов'язані) враховувати норми та положення генугоди або галузевої угоди при укладенні колективного договору.

Колективний договір укладають роботодавець – з одного боку, й один або декілька профспілкових органів, які діють на цьому підприємстві, – з іншого.

Якщо ж на підприємстві немає профспілкового органу, інтереси трудящих захищають їхні представники, обрані та уповноважені трудовим колективом (ст. 12 КЗпП і ст. 3 Закону про колектові договори). Зазвичай представницьким органом є Рада трудового колективу.

У колективному договорі підприємства встановлюють форми і системи оплати праці, норми праці, розцінки, тарифні сітки, схеми посадових окладів, умови запровадження та розміри надбавок, доплат, премій, винагород та інших заохочувальних, компенсаційних і гарантійних виплат (ч. 1 ст. 15 Закону про оплату праці). При цьому повинні дотримуватися норми і гарантії, передбачені законодавством, генеральною, галузевими (міжгалузевими) і територіальними угодами [1].

Обов'язковий перелік питань, які повинен регулювати колективний договір, наведено в ст. 13 КЗпП і ст. 7 Закону про колектові договори. До них належать:

- зміни в організації виробництва і праці;
- забезпечення продуктивної зайнятості;
- нормування і оплата праці, встановлення форм, системи, розмірів заробітної плати та інших видів трудових виплат (доплат, надбавок, премій тощо);
- встановлення гарантій, компенсацій, пільг;
- участь трудового колективу у формуванні, розподілі та використанні прибутку підприємства (якщо це передбачено статутом);
- режим роботи, тривалість робочого часу і часу відпочинку;
- умови праці та охорона праці;
- забезпечення житлово-побутового, культурного, медичного обслуговування, організація оздоровлення і відпочинку працівників;
- гарантії діяльності профспілкової чи інших представницьких організацій працівників;
- умови регулювання фондів оплати праці та встановлення міжкваліфікаційних (міжпосадових) співвідношень в оплаті праці;

- забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;
- заборона дискримінації [1].

Отже, правове регулювання оплати праці здійснюється законодавчими актами України, генеральною, галузевими (міжгалузевими) та територіальними угодами, а також колективними і трудовими договорами.

Розмір заробітної плати працівника за повністю виконану місячну (годинну) норму праці не може бути нижчим за законодавчо встановлений розмір МЗП.

Норми колективного договору, що погіршують становище працівників порівняно з чинним законодавством, є недійсними.

#### **Список літератури**

1. Правове регулювання оплати праці. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/february/issue-15/article-42518.html>.

**УДК: 330.138.11:657.47**

**Проскуріна Н. М.**  
д. е. н., професор,  
Запорізький національний університет,  
**Топлакалцян Х. А.**  
Запорізький національний університет

### **ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ РІВЕНЬ ВИТРАТ**

Важливе значення для рівня витрат має виділення і структурування визначальних його чинників. Для управління поточними витратами у вітчизняній і закордонній теорії та практиці є досить повне і коректне угруповання чинників.

Поточне управління витратами ґрунтується на їх класифікації, побудованої як функція одного визначального фактора – обсягу виробленої продукції.

Звідси:

- угруповання витрат на постійні та змінні, середні та граничні;
- використання методу зіставлення середніх витрат з граничними;
- аналіз співвідношення витрат, обсягу і прибутку;
- визначення критичного (беззбиткового) обсягу виробництва;
- формування гнучких бюджетів, в яких планові витрати скореговані на фактичні обсяги продукції;
- аналіз маржинального прибутку.

Ця класифікація витрат заснована на базових моделях мікроекономіки. На величину витрат впливають різні фактори, які можна розділити на дві групи:

– зовнішні, що показують загальний рівень розвитку економіки країни і які не залежать від діяльності господарчого суб'єкта.

– внутрішні, безпосередньо пов'язані з діяльністю господарчого суб'єкта, з його підприємницькою активністю [2].

Як показав аналіз джерел (К. Друрі, 2002; Дж. К. Шим, Дж. Г. Сігел), для цілей стратегічного управління витратами всі витратоутворюючі чинники можуть бути розділені на дві категорії:

- структурні: масштаб, діапазон, досвід, технологія, складність;
- функціональні, що керують витратами підприємства і визначають його здатність успішно функціонувати: мотивація і відповідальність за результати праці; стимулювання досягнень, пов'язаних з якістю продукції; оптимальне використання виробничих потужностей, ефективне планування, фактор конфігурації, зв'язки з постачальниками і замовниками.

З точки зору структурних чинників для підприємств існують п'ять стратегічних альтернатив, пов'язаних зі структурою витрат для будь-якої групи продукції:

1. Фактор масштабу – горизонтальна інтеграція, пов'язана з обсягом інвестицій, які необхідно вкласти у виробництво, в дослідження і розробки, в маркетингові та інші ресурси, щоб зробити досліджуваний продукт.



2. Фактор діапазону – вертикальна інтеграція.
  3. Фактор досвіду – показує, скільки разів в минулому підприємство вже робило те, що воно робить і в даний час.
  4. Фактор технології – показує технологічні процеси, які використовуються на кожній стадії витрат підприємства.
  5. Фактор складності – характеризує асортимент виробів.
- Кожен структурний фактор має на увазі вибір, який робить підприємство, що керує витратами. Закордонна і вітчизняна практика приділяють основну увагу таким факторам, як інтеграція і досвід [1].

На відміну від структурних факторів, які не мають пропорційної залежності з показниками діяльності підприємства, функціональні фактори прямо впливають на ці результати. Для кожного зі структурних факторів «більше» не означає «краще», а для функціональних навпаки. Економічний зміст останніх визначається наступним:

- мотивація і відповідальність за результати праці припускають розробку концепції мотивації працівників, прийняття ними зобов'язань по постійному удосконаленні виробничих процесів;
- стимулювання досягнень, пов'язаних з якістю продукції, означає створення системи комплексного управління якістю;
- оптимальне використання виробничих потужностей передбачає вибір альтернатив на підставі технологічних характеристик;
- ефективне планування діяльності промислового підприємства, порівняння планових показників системи з нормами виступає найважливішим елементом функціональної структури;
- фактор конфігурації показує ефективність конкретного проекту (бізнес-плану);
- використання зв'язків з постачальниками та замовниками продукції в контексті ланцюга витрат промислового підприємства служить одним з вирішальних витратоутворюючих факторів [2].

Управління витратами означає складну взаємодію набору витратоутворюючих факторів в кожній конкретній ситуації. Кожен фактор передбачає можливість вибору для підприємства, і це визначає рівень і динаміку витрат. Для прийняття найбільш оптимального варіанту необхідно точно розрахувати витрати по кожному фактору.

#### **Список літератури**

1. Бойчук А. А. Витрати виробництва: облік та аналіз на пивоварних підприємствах: монографія. Тернопіль: Крок, 2014.
2. Карпенко О. В. Управлінський облік: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2012. 296 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». Затверджено наказом Міністерства фінансів України 31.12.99 № 318. (із змінами і доповненнями, внесеними від 27 червня 2013 року N 627 ). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

**УДК 331.315**

**Росенко Г. О.**  
магістрант,

Сумський національний аграрний університет

### **ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОРДОННИХ ВІДРЯДЖЕНЬ**

Багато підприємств в процесі своєї діяльності стикаються з необхідністю відправити співробітників в поїздку поза місцем постійної роботи з метою виконання певних доручень. Така поїздка називається відрядженням. Відрядження – поїздка працівника за розпорядженням керівника підприємства на певний строк до іншого населеного пункту для виконання службового доручення поза місцем його постійної роботи (за наявності документів, що підтверджують зв'язок службового відрядження з основною діяльністю підприємства). При цьому роботодавець зобов'язаний зберегти за відрядженим працівником його трудове місце, середній заробіток, а також відшкодувати понесені ним витрати, перелік яких встановлений законодавством.

З визначення відрядження можна виокремити низку умов (ознак), при дотриманні яких та чи інша поїздка може вважатися службовим відрядженням [1]:

- 1) у поїздки направляється працівник підприємства, у тому числі сумісник, надомник, тимчасовий та/або сезонний працівник;
- 2) поїздка працівника пов'язана з відвідуванням іншого населеного пункту поза місцем постійної роботи;
- 3) поїздка здійснюється за розпорядженням керівника підприємства;
- 4) метою поїздки є виконання службового доручення;
- 5) зв'язок поїздки з основною діяльністю підприємства підтверджується документально;
- 6) поїздка обмежена певним строком.

Щоб правильно і обґрунтовано враховувати витрати на відрядження, бухгалтер повинен мати належним чином оформлені документи, що підтверджують факт господарської операції, а особливо це стосується відрядження за кордон.

Фахівці видання «Головбух» вказують на відмінності між відрядженням в межах України та відрядженням за кордон. Головними з них є [2]:

– різні норми добових витрат. По закордонним відрядженням ПКУ встановлює добові витрати на рівні не більше 80 євро за кожний день відрядження. Для обліку використовується курс НБУ, який діяв на кожний з днів відрядження;

– добові витрати є як по Україні, так і за кордоном. Працівник не одразу ж опиняється за кордоном, а перебуває в дорозі певний час в Україні. Нагадуємо, що по таким добовим податкова норма 417,30 грн. у 2019 р. Але коли саме вмикається «закордонний» режим добових, а коли «український»?;

– наявність різниць між курсами валют. Різниця є між курсами обміну валюти в банках та курсом НБУ, різниця є між курсом валюти на моменти видачі авансу на відрядження та остаточного розрахунку після повернення з відрядження. Ситуацію для обліку може ускладнити використання гривневої корпоративної картки у закордонному відрядженні (поява комісій, більше операцій для обліку);

– більша різноманітність підтвердних документів і витрат під компенсацію. Бухгалтер при оформленні закордонного відрядження може мати справу з більшою кількістю незвичних за формою документів, які підтверджують і незвичні витрати у порівнянні з українськими відрядженнями. Наприклад, авіаквитки (по Україні авіасполучення більшістю підприємств не використовується), чайові в рахунках готелю чи ресторану, платні зали очікування, платні дороги, витрати на страхування тощо.

У бухгалтерському обліку підприємств відсутній такий об'єкт обліку як «валюта». І перший та єдиний валютний об'єкт, який з'являється у бухгалтера, це є документи підтверджувальні, які привезла з собою підзвітна особа із відрядження. Але підкреслюємо, коли йдеться про використання гривневих платіжних карток – немає валютного рахунку. Тобто перед бухгалтером постає нагальне питання: в якій сумі відобразити витрати за таким відрядженням: по гривневій складовій (тобто за тією сумою яка фактично була списана з гривневого карткового рахунку) чи за курсом НБУ, який рахується як витрати за підтверджувальними документами, які помножені на курс НБУ (витрати мається на увазі виражені у іноземній валюті)? Адже нормативні документи з бухобліку і податкові правила не дають відповіді на це запитання [3].

Загалом порядок направлення працівника у закордонне відрядження та відшкодування витрат аналогічний порядку, передбаченому для відряджень по Україні. Але відображення витрат має низку особливостей, які переважно стосуються перерахунку валюти у гривні на дату виплати авансу, витрачання коштів та відображення в бухобліку.

#### **Список літератури**

1. Вороная Н., Савченко О., Ушакова Л., Чернишова Н. Базові знання про відрядження. *Податки та бухгалтерський облік*. 2018. № 42. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/may/issue-42/article-36665.html>.
2. Онищенко В. Відрядження за кордон 2019. *Головбух*. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7352-vdryadjennya-za-kordon-2019>.
3. Губіна І. Відрядження за кордон – без валюти та податків. *Дебет-кредит*. URL: <https://news.dtki.ua/debet-kredit/partner-news/50419>.

УДК 657

**Солодка Н. В.**  
студентка групи 071М-183-1 ФЕФ,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
**Науковий керівник:**  
**Шишкова Н. Л.**  
к. е. н., доцент кафедри обліку та аудиту,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

## **ОСНОВНІ НЕДОЛІКИ В ОПЛАТІ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ**

Кожен громадянин має право заробляти працюю на забезпечення необхідного для себе рівня життя та задоволення власних потреб, і за виконану роботу роботодавець повинен виплатити йому заробітну плату.

В частині установ, які повністю або частково утримуються за рахунок коштів державного бюджету чи органів місцевого самоврядування, видатки на виплату заробітної плати належать до захищених видатків. Це означає, що їх виплачують обов'язково, а умови оплати праці чітко унормовані. Саме заробітна плата являє собою один з головних показників і чинників рівня соціально-економічного життя кожної країни, колективу, людини.

Заробітна плата дає можливість запобігати безробіттю, забезпечувати соціальні гарантії; перерозподіляти зайнятих за галузями і сферами економіки, посилювати мобільність робочої сили.

На даному етапі розвитку економічних відносин для працівників бюджетних установ існує досить значна проблема – велика різниця між високою вартістю життя і низькою ціною праці.

Проаналізувавши показники рівня заробітної плати у значної частки населення, можна з впевненістю сказати, що Україна належить до трійки найбідніших країн Європи. Ліва частина населення належить до категорії бідних.

Значна частина висококваліфікованих працівників не може забезпечити собі нормальні умови для життя саме через низький рівень доходів за виконану роботу. Тобто, навіть маючи роботу, людина фактично не може нормально забезпечити себе всім необхідним на ті кошти, які їй платить держава або роботодавець.

Видатки на оплату праці складають у середньому від 60 до 80 % усіх сукупних витрат, що здійснюються установами у процесі їх діяльності.

Таким чином, облік видатків на оплату праці є ключовим напрямком роботи облікового апарату всіх без виключення бюджетних установ.

Ринкові регулятори, що відповідають за формування заробітної плати, мають досить багато недосконалостей, що у свою чергу призводить до стихійного характеру у сфері правильності обчислення та обліку заробітної плати.

Процес правильної організації в частині заробітної плати є надзвичайно важливим, оскільки таким чином забезпечується безпосередній зв'язок доходів з кількістю і якістю витраченої праці. Тому на кожному підприємстві та у кожній організації необхідно слідкувати за якістю, справедливістю, повнотою і своєчасністю розрахунків з робітниками.

Використовуючи дані заробітної плати можна проаналізувати та зробити висновки про кваліфікацію працівника, складність виконуваної ним роботи, обсяг виконаних робіт чи послуг та якість виготовленої продукції. Тобто, за показниками заробітної плати можна отримати загальне уявлення про внутрішню діяльність бюджетної установи та здійснювати своєчасний контроль за мірою праці та її оплатою.

У ринковій економіці України створено законодавчо-нормативну базу регулювання оплати праці відповідно до міжнародних трудових норм.

Проте регулювання заробітної праці з боку державного та колективно-договірного секторів ще не спрацьовують в повному обсязі, що призводить до великої кількості невирішених питань і суперечностей.

Статус заробітної плати досить швидко перетворився на різновид соціальних виплат. Її розмір не пов'язаний з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами, а отже втрачено одну з основних функцій – стимулювання працівників до якомога кращого виконання своїх обов'язків.

Заробітна плата в бюджетних установах є ціною фактично затраченої праці, та виплачується працівникам за виконану роботу. Проте при цьому її рівень у нашій країні значно нижчий, порівняно з розвиненими державами світу.

Рівень заробітної плати настільки малий, що у роботодавця немає ніякої зацікавленості до переорієнтації робочої сили на пріоритетні сфери діяльності.

Основними причинами виникнення проблем з боку державного регулювання оплати праці є відсутність дієвого контролю з боку держави за політикою оплати праці, недосконалість науково-методичного забезпечення процесу регулювання оплати праці та невиконання чинного законодавства.

Державі необхідно переглянути політику регулювання оплати праці та посилити контролюючі функції над процесом формування та розподілу витрат від національного до локального рівнів економіки, що зумовлює необхідну розробку методології та основ обґрунтованого збільшення витрат на оплату праці в Україні.

Низькі ставки і оклади, незначна міжпосадова диференціація заробітної плати, неадекватна оцінка праці провідних спеціалістів, це лише частина недоліків в оплаті праці.

Однією ж із значних проблем оплати праці в бюджетних установах є необґрунтовано низький рівень мінімальної заробітної плати.

Проте саме вона є базовим соціальним стандартом, формування механізму якого є комплексною системною проблемою на державному рівні.

Хоча рівень мінімальної заробітної плати регулярно зростає, при розрахунках практично не враховується прогнозний рівень зростання індексу споживчих цін.

Також досить актуальною проблемою оплати праці в бюджетних установах є її диференціація. В тих галузях економіки нашої країни, де працюють найбільш кваліфіковані працівники середньомісячна заробітна плата значно нижче середньої зарплати по країні.

Така ситуація виникає через відмінності в розвитку галузей і територій, нормативно-правових умовах регулювання оплати праці та співвідношення попиту і пропозиції робочої сили на регіональних ринках праці за професіями чи рівнями класифікації.

Заробітна плата визначається належністю до певної сфери економічної діяльності, ігноруючи такі чинники, як кількість, якість праці та її результати.

З огляду на таку ситуацію кількість незадоволених співвідношенням заробітної плати громадян зростає. Такий перебіг подій неабияк підриває мотивацію працівників підприємства.

На низькому рівні оплати праці працівників бюджетних організацій недоліки не закінчуються.

Недостатній рівень автоматизації ділянки розрахунку та обліку заробітної праці теж приносить немало проблем. Починаючи від значних затрат часу на обчислення розміру заробітної плати, закінчуючи правильністю розрахунку, оскільки не можна виключати людського фактору.

Задля уникнення подібних проблем необхідно удосконалювати автоматизовані програми обробки інформації ділянки заробітної плати в бюджетних установах.

Підсумовуючи всі перераховані проблеми в частині ділянки з оплати праці, можна сказати, що їх без виключення необхідно якомога скоріше ліквідувати, удосконаливши системи оплати праці на основі вивчення передового досвіду. Запровадження новітніх програм для роботи працівників відділу оплати праці дасть можливість уникати помилок в розрахунках та значних затрат часу. А підвищення рівня заробітної плати стане потужним стимулом для всебічного розвитку вітчизняної економіки.

УДК 657

Солодка О. В.  
студентка групи 071М-183-1 ФЕФ,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»  
Науковий керівник:  
Шишкова Н. Л.  
к. е. н., доцент кафедри обліку та аудиту,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

## РОЛЬ КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Суть діяльності бюджетних організацій полягає у тому, що саме через них держава може виконувати покладені на неї функції. До таких установ відносяться заклади охорони здоров'я, заклади культури, освіти, органи соціального захисту, котрі повністю належать державним чи місцевим органам влади.

Основною особливістю діяльності таких установ є те, що вони надають населенню повністю безоплатні послуги або за часткову оплату. Відповідно або взагалі не отримують необхідної кількості коштів, або отримують в зовсім невеликій кількості, якої не вистачає на оновлення складу основних засобів та малоцінних необоротних активів.

Основними засобами є необоротні матеріальні активи, вартість яких перевищує 6000 грн., а термін корисного використання більше року.

Відповідно, малоцінними є необоротні матеріальні активи, термін корисного використання яких більше року але вартість складає не більше 6000 грн.

Склад основних засобів потрібно оновлювати, оскільки саме від своєчасної заміни застарілих не лише фізично, а й морально засобів залежить якість надання послуг бюджетними установами. Тому як ніколи актуальним є питання здійснення постійного контролю та проведення аналізу забезпечення бюджетної установи необхідними сучасними основними засобами.

Контроль – це функція управління, за допомогою якої оцінюється ефективність прийняття управлінських рішень.

Предметом будь-якого контролю є стан та поведінка об'єктів управління.

На кожен об'єкт впливає безліч факторів, як всередині самого підприємства, так і за його межами. Тому, для більш точного встановлення стану підконтрольного об'єкта, застосовують систему показників. За їх допомогою можна оцінити вплив кожного фактору окремо, а також вплив на кінцевий результат діяльності всіх факторів.

В першу чергу визначають об'єкт контролю та істотні фактори, що здійснюють на нього вплив. Наступним кроком є встановлення якісних параметрів, що повинні відповідати меті управління.

Своєчасне проведення контролю допомагає швидко реагувати на відхилення в роботі об'єкта, що підлягає контролю, та вживати необхідні заходи по їх усуненню, якщо вони є негативними.

При проведенні контролю необхідно оцінювати:

- джерела з яких здійснюється фінансування на закупівлю та ремонт основних засобів;
- наскільки установа забезпечена всіма необхідними основними засобами;
- своєчасність забезпечення установи активними і пасивними основними засобами;
- ефективність використання наявних засобів у процесі діяльності тощо.

Контроль завжди пов'язаний з іншими аспектами управлінської діяльності, такими як аналіз, планування та облік.

Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки проводиться за певною методикою, що передбачає:

- визначення основних показників, які характеризують фінансово-господарський стан підприємств;
- установлює порядок розрахунку необхідних показників за даними фінансової та податкової звітності;

– установлює напрями перевірки діяльності підприємств з метою виявлення об'єктивних і суб'єктивних причин збитковості;

– визначення критеріїв оцінки ефективності управління підприємствами тощо.

Важливою частиною аналізу є оцінка ефективності використання основних засобів, оскільки кінцевий результат діяльності підприємства залежить не тільки від кількості активів, а й від максимально ефективного їх використання на повну можливість.

Для того аби проаналізувати ефективність використання основних засобів оцінюють такі показники:

– час роботи обладнання у процесі використання;

– ефективність використання наявних в установі основних засобів;

– оприбуткування, рух та списання основних засобів в процесі діяльності;

– використання обладнання на всіх стадіях роботи установи.

Аналізуючи ефективність витрат з утримання та експлуатації обладнання оцінюють:

– взаємозв'язок обсягу здійснених витрат на виробництво, обсягу виготовленої продукції чи наданих послуг та доходу.

– витрати понесені на здійснення капітального ремонту;

– витрати пов'язані зі здійсненням поточного ремонту.

Аналізуючи структуру основних засобів зіставляють показники активу балансу на початок та кінець періоду. За аналогічним алгоритмом можна також оцінити зміну вартості. За отриманими даними можна побачити відхилення та розрахувати коефіцієнт зростання основних засобів. Якщо розрахований коефіцієнт більше одиниці – це може говорити про більшу ефективність діяльності підприємства, тобто установка збільшує кількість основних засобів для збільшення кількості надання послуг. Якщо коефіцієнт менше одиниці – це навпаки говорить про скорочення складу основних засобів і, як наслідок, скорочення обсягу надання послуг у звітному періоді.

При проведенні аналізу структурної динаміки основних засобів аналізують:

– структуру вкладень капіталу в основні засоби;

– розмір вкладень капіталу в основні засоби;

– зміни вартості основних засобів, їх характер і розмір впливу на фінансовий стан підприємства.

Узагальнюючи слід зазначити, що постійно здійснюючи контроль за утриманням та оновленням основних засобів, а також регулярно аналізуючи якісний та структурний склад, установка зможе вчасно виявити недоліки та їх усунути.

У результаті здійснення систематичного і комплексного контролю та аналізу основних засобів керівництво володітиме повною інформацією щодо рівня забезпеченості установи необхідними сучасними засобами і вчасно виявлятиме потребу у нових технологіях. А це дасть змогу попередньо планувати і закладати закупівлю сучасних основних засобів у проектах кошторису наступних періодів, визначати джерела їх фінансування.

**УДК 632**

**Сук П. Л.**

д. е. н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування,  
Відокремлений підрозділ Національного університету  
біоресурсів і природокористування України  
«Ніжинський агротехнічний інститут»

### **ОБЛІК ВИТРАТ У НЕЗАВЕРШЕНОМУ ВИРОБНИЦТВІ РОСЛИННИЦТВА**

Досліджуючи суть незавершеного виробництва, автори стверджують, що під незавершеним виробництвом слід розуміти сукупність ресурсів підприємства, які використані або використовуються при виконанні операцій з виготовлення продукту виробництва, а також операцій з обслуговування й управління його виробництва з моменту виконання заготівельних операцій до оформлення на цей виріб документів, як на готовий продукт – товар [1]. В бухгалтерському обліку наявність незавершеного виробництва обумовлюється терміном складання фінансової звітності.

Сільське господарство має технологічні та організаційні особливості, які впливають на методику ведення обліку. В рослинництві до незавершеного виробництва слід відносити об'єкти, по яких є витрати станом на 31 грудня, а продукція від них буде одержана в наступних звітних періодах.

Витрати, як залишок незавершеного виробництва, обліковують по сільськогосподарських культурах і виконаних роботах. В наступному році витрати по висіяних культурах (озима пшениця, озиме жито, часник та інші) відносять постатейно на аналітичні рахунки за відповідними культурами урожаю поточного року. Обліковані витрати будуть приєднані до витрат у тому році, що наступив. Таким способом забезпечують підрахунок усіх витрат (минулого і поточного року) на вирощування озимих культур.

Витрати минулого року на виконання сільськогосподарських робіт (зяблева оранка, лущення стерні, внесення добрив, снігозатримання тощо) розподіляють у поточному році після визначення фактичних площ посіву культур. Розподіл здійснюють постатейно пропорційно до фактичних площ посіву, на яких виконувались відповідні роботи.

По багаторічних травах витрати, пов'язані з підготовкою ґрунту, посівом трав, вартість висіяного насіння та інші разові витрати, які обліковані у складі незавершеного виробництва, рівномірно розподіляють за роками залежно від терміну експлуатації посівів.

Витрати на поліпшення природних сіножатей, створення культурних пасовищ (дискування, підсів трав, внесення добрив, вартість насіння) розглядають як витрати на незавершене виробництво, які розподіляють між продукцією, одержаною протягом 3 – 4 років, враховуючи пропозиції агрономічної служби господарства.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про біологічні активи і про одержані в процесі їх біологічних перетворень, додаткові біологічні активи й сільськогосподарську продукцію та розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначає П(С)БО 30 «Біологічні активи» [2]. В ньому зазначено, що біологічний актив – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

У плані рахунків бухгалтерського обліку є субрахунок 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю» [3].

Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку визначено, що на субрахунку 211 ведеться облік наявності та руху поточних біологічних активів рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу [4].

Керуючись логікою згаданих документів, в кінці звітного року витрати з незавершеного виробництва рослинництва мають бути перенесені з рахунка 23 «Виробництво» на субрахунок 211: дебет субрахунка 211 і кредит рахунка 23, а в наступному році зворотним записом потрібно знову повернути витрати із субрахунка 211 на рахунок 23.

Звичайно, в таких записах немає ніякої логіки. Тим більше, що виконані роботи, які являють собою незавершене виробництво рослинництва, ще не є рослини і до поточних біологічних активів не відносяться.

Для проведення згаданих записів незавершене виробництво рослинництва має бути оцінене за справедливою вартістю. Визначення її проблематичне, адже незавершене виробництво, як правило, нікому не продається.

Тому витрати на незавершене виробництво рослинництва доцільно залишити на кінець року на рахунку 23 за оцінкою на рівні собівартості, яка і буде становити його справедливую вартість.

#### **Список літератури**

1. Смірнова І. В., Смірнова Н. В. Незавершене виробництво як економічна категорія та об'єкт обліку. *Економіка і організація управління*. 2014. № 3 – 4. С. 257 – 263.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18 листопада 2005 р. № 790, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 5 грудня 2005 р. за № 1456/11736. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291

(у редакції наказу Міністерства фінансів України від 09 грудня 2011 р. № 1591), зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28 грудня 2011 р. за № 1557/20295. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>.

4. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21 грудня 1999 р. за № 893/4186. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

**УДК 657.1**

**Черешневий О. І.**

аспірант,

Вінницький національний аграрний університет

### **НЕОБХІДНІСТЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ЙОГО РОЛЬ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ У БЮДЖЕТНІЙ УСТАНОВІ**

Соціально-економічний розвиток держави полягає у постійному процесі вдосконалення, спрощення, уніфікації системи бухгалтерського обліку та приведення його до міжнародних стандартів. Важливу роль при цьому відіграє встановлення єдиних правил та норм бухгалтерського обліку у бюджетних установ. Облікова політика бюджетної установи необхідна для встановлення уніфікованих методів оцінки, обліку, аналізу та інших процедур фіксації господарських операцій, які застосовує бюджетна установа в операційній діяльності особливо щодо яких нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку передбачено декілька варіантів.

Відповідно до вимог статті 56 Бюджетного кодексу України бюджетні установи ведуть бухгалтерський облік відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі та інших нормативно-правових актів щодо ведення бухгалтерського обліку в порядку, встановленому Міністерством фінансів України[1]. Наказом Міністерства фінансів України № 1629 від 24.12.2010 року затверджено Національні положення (стандарты) бухгалтерського обліку в державному секторі 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок» де приводяться основні вимоги до облікової політики бюджетного підприємства[2]. Дані стандарти затверджені ще в 2010 році, але практичне своє втілення вони розпочали, починаючи з 1 січня 2015 року після внесення відповідних нормативних, законодавчих змін. Суттєвою допомогою для реалізації основних засад облікової політики стало затвердження Міністерством фінансів України «Методичних рекомендацій щодо облікової політики суб'єкта державного сектору».

Відповідно до даних рекомендацій суб'єкт державного сектору зобов'язаний погодити розроблену облікову політику з головним розпорядником бюджетних коштів, а також зміни до облікової політики. Це дозволяє головним розпорядникам бюджетних коштів уніфікувати основні положення, щодо ведення бухгалтерського обліку та організації роботи бухгалтерської служби у бюджетних установах, які їм підпорядковані.

На основі затвердженої облікової політики головний бухгалтер бюджетної установи зобов'язаний здійснити розподіл обов'язків між працівниками бухгалтерської служби. Визначити основні напрями діяльності та зону відповідальності кожного працівника бухгалтерської служби. Даний розподіл необхідно здійснити шляхом затвердження функціональних обов'язків та доведення їх до кожного працівника під підпис.

Наступний етап в організації бухгалтерського обліку у бюджетних установах полягає у затвердженні положення про організацію ведення бухгалтерського обліку. Даним положенням необхідно передбачити права та обов'язки посадових осіб, які приймають участь у господарських операціях. Порядок заповнення та надання первинних документів до бухгалтерської служби бюджетної установи. Особливо необхідно звернути увагу на складання графіку документообігу всередині бюджетної установи. Для дієвого запровадження порядку внутрішнього документообігу необхідно провести методичні, навчальні збори з працівниками, які задіяні у процесі документальної фіксації господарських операцій.





дочірнє підприємство за сумою, за якою можна обміняти актив або погасити заборгованість в операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами.

Фінансові інвестиції, справедливу вартість яких достовірно визначити неможливо, відображаються на дату балансу за їх собівартістю з врахуванням зменшення корисності інвестицій. Метод собівартості передбачає відображення інвестиції в дочірнє підприємство за сумою фактично понесених витрат на її придбання (ціни придбання, комісійних винагород, мита, податків, зборів, обов'язкових платежів та інших витрат, пов'язаних з придбанням інвестиції).

У разі оцінки інвестицій за собівартістю інвестор відображає інвестиції в дочірнє підприємство в балансі за фактичною собівартістю їх придбання, а дохід від інвестицій визнає лише в міру отримання дивідендів.

Застосуванні методу участі в капіталі інвестор отримує дані про зміни в капіталі та результати діяльності дочірнього підприємства з його останніх фінансових звітів, що є в наявності.

Постає питання, чи доречно застосовувати метод участі у капіталі, метод, який потребує врахування всіх змін у капіталі дочірнього підприємства, внутрішньогрупових операцій та, відповідно, складних розрахунків для оцінки інвестицій у окремих фінансових звітах материнського (холдингового) підприємства.

Метою дослідження є аналіз методів обліку інвестицій у дочірні підприємства, їх впливу на вартість інвестиції, прибуток та застосування цих методів, як альтернативних методів обліку інвестицій в окремій звітності материнського (холдингового) підприємства.

Метод участі в капіталі, метод справедливої вартості та собівартості по-різному впливають на вартість інвестицій у дочірні підприємства, суму доходу від інвестицій, що знайдуть відображення в окремому балансі та звіті про фінансові результати, відповідно, материнського (холдингового) підприємства.

Застосування методу участі в капіталі забезпечує користувачів інформацією подібною тій, що отримана з консолідованих звітів. Одночасно така інформація знаходить відображення у фінансових звітах економічної одиниці – інвестора.

В окремих звітах материнського підприємства, основну увагу слід приділити поданню активів як інвестицій. Отже, доречно відобразити такі інвестиції з використанням одного з методів: методу справедливої вартості або методу собівартості. Використання методу справедливої вартості буде забезпечувати оцінку економічної вартості інвестицій. Використання методу собівартості обліковуються на основі прямої частки участі замість відображення результатів діяльності та чистих активів об'єкта інвестування. Слід зазначити, що окремі фінансові звіти є звітами, що надаються на додаток до консолідованих фінансових звітів.

Застосування методу участі в капіталі доречно залишити лише для інвестицій у дочірні підприємства, які включаються до консолідованих фінансових звітів, оскільки метод враховує зміни у капіталі об'єкта інвестування та операції між учасниками консолідованої одиниці.

Для інвестицій у дочірні підприємства, які не консолідуються, доречно усунути один або кілька цих методів і вирішити, що такі дочірні підприємства повинні обліковуватись з метою узгодженості консолідованих і окремих фінансових звітів.

Доречно дати пояснення в П(С)БО щодо визначення окремої фінансової звітності інвестора – материнського (холдингового) підприємства, акцентуючи увагу на тому, що інвестиції в дочірні підприємства обліковуються на основі прямої частки участі в капіталі та не враховують результати діяльності та зміни в чистих активах об'єкта інвестування.

#### **Список літератури**

1. Бухгалтерський облік і фінансова звітність в Україні: навчально-практичний посібник / Під ред. С. Ф. Голова. Дніпропетровськ, ТОВ «Баланс-Клуб», 2001. С. 677 – 711.
2. Жежера М. Національна консолідація й інтернаціональні питання. *Бухгалтерія*. 2004. № 14 (585). С. 33.
3. Лозвицький С. П. Особливості організації системи бухгалтерського обліку у холдингових компаніях. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. Вип. 16 Львів: Львівська комерційна академія, 2004. С. 229 – 232.

СЕКЦІЯ 17

SECTION 17

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ  
MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND  
INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS**

УДК 004.056.5: 65.012.8

**Бережецька Т. О.**

магістрант,

Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка

**ВПЛИВ РОЗВИТКУ КІБЕРАТАК НА БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Реалії сьогодення, безпосередньо пов'язані зі стрімким розвитком інформаційно-телекомунікаційних технологій, відкритим, вільним та недостатньо нормативно врегульованим використанням кіберпростору, не тільки розширюють свободу і можливості людей, але і створюють загрози для безпеки держави, суспільства та окремих користувачів мережі Інтернет.

Законодавство України визначає: «Кібератака – спрямовані (навмисні) дії в кіберпросторі, які здійснюються за допомогою засобів електронних комунікацій (включаючи інформаційно-комунікаційні технології, програмні, програмно-апаратні засоби, інші технічні та технологічні засоби і обладнання) та спрямовані на досягнення однієї або сукупності таких цілей: порушення конфіденційності, цілісності, доступності електронних інформаційних ресурсів, що обробляються (передаються, зберігаються) в комунікаційних та/або технологічних системах, отримання несанкціонованого доступу до таких ресурсів; порушення безпеки, сталого, надійного та штатного режиму функціонування комунікаційних та/або технологічних систем; використання комунікаційної системи, її ресурсів та засобів електронних комунікацій для здійснення кібератак на інші об'єкти кіберзахисту» [1].

Крадіжка інформації як і раніше залишається пріоритетною метою більшості кібератак. Що стосується фінансової вигоди, то її зловмисники переслідують в 30 % і 42 % атак на юридичні особи й приватних осіб відповідно. Висока частка фінансово мотивованих атак на приватних осіб пояснюється регулярними масовими зараженнями шкідливим програмним забезпеченням (ШПЗ) з нав'язливою рекламою (в тому числі на мобільних пристроях), зараженням майнером і іншим ШПЗ на сумнівних сайтах, а також здирницькі кампанії, в ході яких зловмисники загрожують поширити інформацію, що компрометує людину.

Персональні та облікові дані найчастіше цікавлять зловмисників, коли вони атакують юридичні особи. Це не дивно, адже в компаніях можуть зберігатися великі бази як персональних, так і облікових даних клієнтів. Крім того, зловмисники можуть бути зацікавлені в облікових даних співробітників компанії-жертви.

У II кварталі 2019 року частка цілеспрямованих атак істотно виросла в порівнянні з I кварталом і склала 59 % (у I кварталі – 47 %). Частка кіберінцидентів, в результаті яких постраждали приватні особи, склала 24 %. Серед юридичних осіб найбільш часто зловмисники атакували державні організації, промислові компанії, медичні організації, банки та інші організації фінансової сфери [2].

Зупинимося докладніше на кожному методі і вкажемо, які об'єкти і галузі більше інших постраждали від цих категорій атак.

1. Використання ШПЗ. Частка багатофункціональних троянів продовжує зростати. Частка атак троянів-вимагачів залишається високою. Це пояснюється тим, що для створення простого шифрувальника не потрібно розробляти унікальний код. Більшість нових екземплярів вимагачів дуже схожі на своїх попередників, оскільки часто кіберзлочинці не розробляють шифрувальник з нуля, а набувають готовий код або підписку (ransomware as a service) в даркнеті. Таким чином, при мінімальному стартовому капіталі шифрувальники можуть приносити власникам непоганий дохід.

2. Соціальна інженерія. Кіберзлочинці активно використовували набір сервісів Azure App Service для різного роду шахрайства із застосуванням методів соціальної інженерії. Наприклад, сервіс Azure залучається для швидкого розгортання фішингових сторінок з підробленими формами аутентифікації й для створення підроблених сторінок служби технічної підтримки Microsoft із повідомленнями, що спливають, про те, що комп'ютер користувача сайту нібито заражений вірусом. Крім того, зловмисники розсилають листи, в яких пропонують завантажити файл, авторизувавшись через підроблену форму, попередньо розміщену на платформі Azure Blob Storage. Масштабом і успіхом подібного роду шахрайських операцій сприяє домен windows.net в адресному рядку і діючий SSL-сертифікат Microsoft. Однак схема крадіжки облікових даних не є новою, і існують спеціальні інструкції для користувачів, які допомагають налаштувати автоматичне блокування подібних фішингових листів.

3. Хакінг. Хакери активно експлуатують уразливість в поштовому сервері Exim (CVE-2019-10149), який дозволяє віддалено виконувати команди операційної системи з правами адміністратора. Одна з хакерських угруповань використовує уразливість для впровадження бекдор, завантажуючи на поштові сервери shell-скрипти і додаючи SSH-ключ до облікового запису root. Крім того, зловмисники незаконно завантажують на вразливі сервери ПЗ для майнінгу криптовалюти. уразливість була усунена розробниками Exim в лютому 2019 року. Однак випуск оновлення виробником далеко не завжди нейтралізує загрозу, і, як показує практика, через несвочасне оновлення ПЗ хакери успішно експлуатують уразливості навіть п'ятирічної давнини.

4. Експлуатація веб-вразливостей. Зловмисники експлуатували веб-уразливості в 18 % атак на юридичні особи. Хвиля атак на веб-ресурси з можливістю онлайн-платежів набирає обертів. Так, атакам з використанням JavaScript-сніфферів MageCart (шкідливих скриптів, спрямованих на крадіжку даних платіжних карт) цього разу стосується Forbes, Puma і безліч інтернет-магазинів. Кіберзлочинці, що стоять за атаками MageCart, регулярно оновлюють шкідливі скрипти.

Небезпека JavaScript-сніфферів полягає в тому, що відвідувачі заражених сайтів не можуть розпізнати загрозу, оскільки дія шкідливих скриптів непомітно для користувачів. Однак один з нових способів крадіжки даних MageCart містить ознаки, по яких уважна людина зможе розпізнати загрозу. Зловмисники впроваджують форму для введення даних карти на сторінки сайтів, в той час як цей інтерфейс повинен бути доступним тільки після перенаправлення на захищену сторінку провайдера платіжних систем.

Необхідність двічі вводити реквізити карти (безпосередньо на сайті і на сторінці платіжного провайдера) повинна насторожити покупця.

5. Підбір облікових даних. Слабкі паролі залишаються однією з основних проблем безпеки. Паролі 300 співробітників агентства Information Network Security Agency в Ефіопії, основною метою якого є забезпечення безпеки інформації, мали слабку стійкість, через що потрапили в руки зловмисників й опинилися у відкритому доступі. Примітно, що 142 паролі з 300 – це поєднання символів р @ \$\$ w0rd, ще 60 – поєднання цифр 123.

Як і раніше актуальні атаки типу credential stuffing (спроби доступу до системи з використанням вкраденої бази облікових даних). Так, в ІІ кварталі від цих атак постраждали близько півмільйона користувачів двох інтернет-магазинів (брендів Uniqlo і GU).

Отже, для інформаційної безпеки підприємства необхідно вживати низку заходів захисту від потенційних загроз:

- використовуйте ефективні технічні засоби захисту;
- захищайте дані;
- не допускайте використання простих паролів;
- контролюйте безпеку систем;
- подбайте про безпеку клієнтів.

#### **Список літератури**

1. Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» від 5 жовтня 2017 року № 2163-VIII.
2. Positive technologies. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics>.

УДК 330:4

**Бондаренко О. О.**

к. е. н., старший викладач кафедри економічної кібернетики,  
Криворізький факультет Запорізького національного університету,  
**Мізан І. М.**

бакалавр спец. «Економічна кібернетика»,  
Криворізький факультет Запорізького національного університету

### ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ МЕТОДАМИ ТЕОРІЇ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Роздрібна торгівля в Україні переживає період інтенсивного росту. Для входу в галузь немає високих бар'єрів, на цьому ринку оперує багато незалежних підприємств, що надають однорідні послуги [1, с. 105]. Високий рівень конкуренції в роздрібній торгівлі вимагає від компаній обґрунтованого вибору ефективних стратегій, в тому числі наукового підходу до визначення методів та стратегій обслуговування клієнтів з метою підвищення рівня власної конкурентоспроможності [2, с. 241].

Ринок розливних газованих напоїв в Україні досить перспективний, оскільки їх споживає переважна частина населення. Останні декілька років в Україні набули популярності мережі спеціалізованих магазинів з продажу напоїв, такі, як, наприклад, «Море пива», «Good Beer» «Нор Ней», «Beer Shop», «Хмільна Хата» та ін. [3, с. 230]. Обсяги продажів у цих магазинах часом перевищують реалізацію подібної продукції великими торговельними мережами. Тому виникає питання про оптимізацію їх діяльності шляхом часткової або повної автоматизації методів обслуговування клієнтів з метою підвищення прибутковості та скорочення часу обслуговування.

У роботі була експериментально досліджена можливість додаткової реалізації продукції подібними закладами за допомогою впровадження автоматів самообслуговування. Дослідження проводились в умовах житлового масиву міста Кривий Ріг – мікрорайону «Зарічний», де напої реалізують 3 магазини двох торговельних марок: «Море пива» та «Good Beer». Для цього було сформульовано задачу оптимізації діяльності багатоканальної системи масового обслуговування [4, с. 159], в якій Кількість каналів обслуговування (магазинів)  $n=3$ , інтенсивність потоку споживачів  $\lambda=44$  (особи на годину), інтенсивність потоку обслуговування  $t_{обс}=2,7$  (особи на хвилину).

В результаті проведення обчислень були отримані наступні показники.

1. Інтенсивність навантаження.

$$\rho = \lambda * t_{обс} = 44 * 2.7 / 60 = 1.98$$

Інтенсивність навантаження  $\rho = 1.98$  показує ступінь узгодженості вхідного і вихідного потоків заявок каналу обслуговування і визначає стійкість системи масового обслуговування.

2. Імовірність того, що канал вільний (частка часу простою каналів).

$$p_0 = \frac{1}{\sum_{k=0}^n \frac{\rho^k}{k!}} = \frac{1}{\frac{1.98^0}{0!} + \frac{1.98^1}{1!} + \frac{1.98^2}{2!} + \frac{1.98^3}{3!}} = 0.16$$

Отже, 16 % протягом години канал буде не зайнятий, час простою одно  $t_{пр} = 9.6$  хв.

3. Імовірність того, що обслуговуванням:

– зайнятий 1 канал:  $p_1 = \rho^1 / 1! * p_0 = 1.98^1 / 1! * 0.16 = 0.318$

– зайняті 2 канали:  $p_2 = \rho^2 / 2! * p_0 = 1.98^2 / 2! * 0.16 = 0.314$

– зайняті 3 канали:  $p_3 = \rho^3 / 3! * p_0 = 1.98^3 / 3! * 0.16 = 0.208$

4. Імовірність відмови (ймовірність того, що канал зайнятий) (частка заявок, які отримали відмову).

$$p_{отк} = \frac{\rho^n}{n!} p_0 = \frac{1.98^3}{3!} * 0.16 = 0.208$$

Значить, 21 % з числа заявок, що надійшли не приймаються до обслуговування.

5. Імовірність обслуговування заявок (ймовірність того, що клієнт буде обслужений).

У системах з відмовами події відмови і обслуговування складають повну групу подій, тому:  $p_{отк} + p_{обс} = 1$

Відносна пропускна здатність:

$$p_{обс} = 1 - p_{отк} = 1 - 0.208 = 0.792$$

Отже, 79 % з числа заявок, що надійшли, будуть обслужені. Прийнятний рівень обслуговування повинен бути вище 90 %.

6. Середнє число каналів, зайнятих обслуговуванням (Середнє число зайнятих каналів).

$$n_3 = \rho * p_{обс} = 1.98 * 0.792 = 1.569 \text{ канала.}$$

Середнє число простоюють каналів.

$$n_{пр} = n - n_3 = 3 - 1.569 = 1.4 \text{ канала.}$$

7. Коефіцієнт зайнятості каналів обслуговуванням.

$$K3 = \frac{n_3}{n} = \frac{1.569}{3} = 0.5$$

Отже, система на 50 % зайнята обслуговуванням.

8. Абсолютна пропускна здатність (Інтенсивність виходить потоку заявок, що обслуговуються).

$$A = p_{обс} * \lambda = 0.792 * 44 = 34.868 \text{ заявок/час.}$$

9. Середній час простою СМО (годину.).

$$t_{пр} = p_{отк} * t_{обс} = 0.208 * 0.045 = 0.00934$$

10. Середній час простою каналу (годину.).

$$t_{н.к.} = t_{обс} * (1 - p_{отк}) / p_{отк} = 0.045 * (1 - 0.208) / 0.208 = 84.857$$

11. Середнє число обслуговуваних заявок.

$$L_{обс} = \rho * Q = 1.98 * 0.792 = 1.569 \text{ од.}$$

12. Середній час перебування заявки в СМО (формула Літтла).

$$T_{СМО} = \frac{Q}{\mu} = \frac{0.792}{22.222} = 0.0356 \text{ час.}$$

Число заявок, які отримали відмову протягом години:  $\lambda * p_1 = 9.152$  заявок на годину. Отже, на підставі проведених розрахунків можливо зробити висновок, що магазини втрачають значну кількість споживачів своєї продукції за існуючих умов обслуговування. З урахуванням того, що в нічний час магазини не працюють, а в середині дня потік покупців майже зникає, стає зрозумілим, що доповнення магазинів автоматами самообслуговування є нагальною потребою.

#### Список літератури

1. Чкалов О. В. Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе: монография. Н. Новгород: Изд-во нижегородского госуниверситета им. Н. И. Лобачевского, 2003. 231 с.
2. Курушина Н. В., Олифиренко А. Д. Выбор месторасположения розничного магазина с использованием методов геомаркетинга на примере города Братска. *Управление каналами дистрибуции*. 2009. № 4 (20). С. 240 – 247.
3. Лебедева Т. А., Курушина Н. В. Использование методов геомаркетинга для территориальной организации торговли в городе Братске. *Управление каналами дистрибуции*. 2007. № 3 (11). С. 226 – 233.
4. Донченко В. С., Сидоров М. В.-С. Теорія ймовірностей та математична статистика для соціальних наук: навчальний посібник. Київ: ВПС Київський університет, 2015. 400 с.

УДК 004:336.02:338.2

**Карпінський Б. А.**

д. е. н., професор,

професор кафедри економіки та менеджменту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

### СТРАТЕГІОЛОГІЧНИЙ МЕТОД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРИЙНЯТТЯ БІЗНЕС-УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У КРУПНИХ МІСТАХ (УРБАНІЗАЦІЙНИХ КОНГЛОМЕРАТАХ) ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Стратегіологічний метод полягає в застосуванні технології мобільного зв'язку (телекомунікаційних засобів) для визначення потужності (кількості споживачів) у конкретному районі міста та прив'язки цих даних до потоків (переміщення) в умовах проведення трудової чи відпочинкової діяльності, який *відрізняється* від методу

визначення чисельності населення за щільністю міської забудови з врахуванням їхньої поверховості своєю мобільністю, динамічністю, точністю, оперативністю та ціновими параметрами, що у сукупності забезпечує відчутне підвищення обґрунтованості й економічності прийнятих бізнес-управлінських рішень з врахуванням багатопараметричності змінних.

Метод дозволяє визначати параметри потужності та орієнтаційну спрямованість людських потоків, що реально впливатиме на прийняття бізнес-управлінських рішень щодо розвитку в сферах: будівництво, торгівля, транспорт, телекомунікація, банківська система, туризм, складське господарство, бізнесова діяльність, виборчі компанії, маркетингові дослідження, архітектурні споруди тощо.

Стратегіологічний метод на відміну від наявних (традиційних або стандартних) варіантів у системі прийняття бізнес-управлінських рішень дозволяє використати потокові дані мобільного зв'язку в інтересах їхнього прийняття, забезпечуючи тим їх ефективність та раціональне витрачання фінансових ресурсів.

Стратегіологічний метод дозволяє робити прив'язку до щільності населення конкретної території спостереження, а значить його податкової спроможності, кредитозабезпеченості; впливати на кількісну (податкову) доміанту державотворчого патріотизму нації (громадяни відчуватимуть, що владні інституції діють в їх інтересах); цілеспрямовано формувати заходи із прив'язування (розміщення) бізнесових і відпочинкових зон; провадити тактичну та стратегічну політику в інтересах створення системи національної безпеки з врахуванням потреб цивільної оборони та захисту населення [1 – 4].

У даному методі враховано, що традиційні системи орієнтуються на визначення щільності населення (чисельності жителів) через врахування розміщення житлових споруд різної поверховості з допомогою систем електронного міста та реєстрів БТІ (бюро технічної інвентаризації та експертної оцінки). Означене достатньо громіздке в застосуванні на практиці, перебуває в підпорядкуванні різних управлінських інституцій, що потребує занесення повних побудинкових даних з врахуванням кількості квартир (кімнат) в них, обумовлюючи тим й потребу в постійному корегуванні даних. Означене більш точніше здійснюється в період переписів населення, однак вони в Україні не провадилися майже два десятиліття (з 2001 р.) за браком фінансових ресурсів та й потужним впливом держави-анексора на вірність таких інформаційних баз.

Окрім того, розгляд за транскордонними потоками не забезпечує можливість коректного визначення чисельності мешканців у транспортних засобах та громадських зупинках.

Переваги пропонованого стратегіологічного методу для крупних міст (урбанізаційних конгломератів):

- детальне визначення потужнісного потокового середовища в реальному часі;
- формування бази переміщення мобільних потоків у залежності від часу та сезонності;
- скорочення фінансових витрат на оперативність інформаційного забезпечення людських потоків;
- раціональне використання коштів у поданні візуальної інформації з оперативним її донесенням до споживача;
- оперативність у прийнятті управлінських рішень з врахуванням змінності потоків як часових, так і сезонних;
- можливості ефективного розміщення обслуговуючих точок (зон), виходячи з потоку людей (мобільних пристроїв);
- удосконалення системи розташування комунальної мережі (зокрема, накопичення і вивіз побутових відходів);
- врахування інтересів формування і розвитку експлуатаційно-ремонтних служб в інфраструктурі міста;
- обґрунтуванні можливості побудови розвантажувальних точок для нейтралізації перевантаженої транспортних артерій та комунальної системи;
- формування архітектурно-пам'ятникових комплексів з врахуванням можливостей доступу, огляду та транспортного сполучення;
- врахування робочих інтересів протипожежних служб та мікробіологічних лабораторій;
- оперативний вплив на екологічну ситуацію та забруднення навколишнього середовища;

– підвищення ефективності енергозбереження з прив'язкою до щільності забудови (ефективне використання бюджетних коштів);

– цілеспрямований вплив на патріотичні настрої платників податків через заходи з активізації державотворчого патріотизму нації (податкова складова, маркетинг) тощо.

Загалом стратегіологічний метод прийняття бізнес-управлінських рішень в великих містах (урбанізаційних конгломератах) з врахуванням інформаційної технології (мобільного зв'язку) забезпечуватиме:

1) нарощування податкових надходжень від міста у бюджеті різних рівнів;

2) зниження часових витрат на пошук необхідної інформації споживачами щодо раціональності і ефективності прийнятих управлінських рішень;

3) ефективне використання земельних ресурсів та наявної водо-каналізаційної систем з розподілом завантаженості;

4) обґрунтоване формування вузлових точок для забезпечення потреб споживачів з їх зміщенням від перенавантаження;

5) проведення належних безпекових заходів (санітарних, антитерористичних, мобілізаційних) з врахуванням зовнішніх викликів;

6) зниження непродуктивних витрат із доведення сировини та товарів до точок споживання (логістика);

7) формування системи державотворчого та місцевого патріотизму з врахуванням спільності мотиваційних інтересів розвитку в умовах різносторонніх викликів та впливів.

#### **Список літератури**

1. Карпинский Б. А. Стратегиология развития экономической системы государства: основы, финансовые вызовы, диспропорции. *Финансовое управление развитием экономических систем* : монография. Новосибирск : «СИБ-ПРИНТ», 2012. С. 44 – 59.

2. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта. Монографія. Львів : Колір ПРО, 2016. 534 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).

3. Карпінський Б. А. Збалансованість фінансової системи: методологія, оцінка, порівняння. Монографія. Львів : Логос, 2005. 496 с. (Серія «Фінансові стратегії»).

4. Карпінський Б. А. Негативна синергічність: прояв у фінансовій продуктивності території. Монографія. Львів : Колір ПРО, 2017. 116 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).

**УДК 332.2**

**Коваленко А. А.**

студент,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

**Лижник Ю. Б.**

старший викладач кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

**Нікульникова Т. Г.**

к. е. н. доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету

### **РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ФАКТОРІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Дніпропетровщина по праву вважається одним з найважливіших індустріальних і економічних центрів України. За 2018 р. питома вага регіону в державному обороті від промислової діяльності склала 17,5 % [1].

Найбільша частка в обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) області припадає на металургію та виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин і устаткування, товарний випуск яких складає близько третини всього обороту. До списку лідерів входять також підприємства-переробники: з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 6 % від загального обсягу реалізованої промислової продукції, машинобудівні, крім ремонту і монтажу машин і устаткування – 5 %, виробництва хімічних речовин і хімічної продукції – майже 4 %. У добувній промисловості переважає збут продукції з видобутку металевих руд (22 % від загального по області).



Маючи досить різноманітну інфраструктуру виробництва, промисловість регіону все ж відзначається домінуванням певних груп. Так, в обсязі реалізованої продукції добувної та переробної промисловості переважають товари проміжного споживання (61 %) та енергія (27 %), тоді як пайова участь інших груп, що забезпечують реальне входження економіки області в систему розподілу праці, розвиток виробництва і підвищення добробуту населення, незначна (12 %). Створення пропорційно гармонізованої структури виробництва на наших теренах – справа часу, коштів і виваженої ірраціональності та доцільності.

У рейтингу економічного стану за групою жорстких факторів Дніпропетровська область посідає 2-е місце. Таке високе місце в рейтингу пояснюється високими оцінками за більшістю факторів (рис. 1).

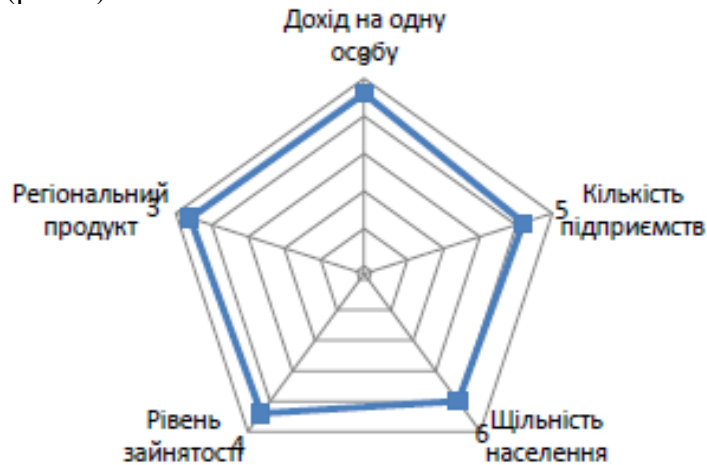


Рис. 1. Оцінка економічного стану за групою жорстких факторів

Зокрема, завдяки розвиненому промисловому виробництву за фактором «Бізнес-сегмент» регіон посідає 2-е місце. Також 2-е місце регіон має ще за двома факторами, серед яких – «Природні ресурси», що означає великий потенціал області в цій сфері та «Споживчий сегмент», який відображає вищий рівень доходів жителів області порівняно з іншими регіонами.

Результати за факторами, що характеризують трудові ресурси, з одного боку свідчать про високий освітній потенціал трудових ресурсів регіону, однак несприятливе екологічне середовище є причиною того, що за фактором «Трудові ресурси. Здоров'я» регіон посідає 21-е місце.

У рейтингу економічного стану за групою м'яких факторів Дніпропетровська область посідає 14-е місце. За рейтингами рівня економічного стану по кожному з факторів цієї групи місця регіону розподілені досить нерівномірно (рис. 2).



Рис. 2. Оцінка економічного стану за групою м'яких факторів

За оцінкою ділового клімату в цілому Дніпропетровська область посідає 10-е місце, 9-е місце регіон посів у рейтингу рівня економічного стану за фактором «Відкритість влади», що позитивно впливає на інвестиційну привабливість. Помірний рівень корупції був причиною того, що регіон посів порівняно високе 9-е місце у рейтингу за відповідним фактором.

Надалі було виконана побудова прогнозних моделей [3] для основних складових оцінки економічного стану Дніпропетровської області. Результати проведеного дослідження методами трендового аналізу [2] оформлено у табл. 1.

Результати проведеного дослідження (табл. 1) дозволили зробити висновок про розбіжності між моделями, які описують динаміку складових фінансової безпеки Дніпропетровської області: вид моделі, рівень достовірності та різні тенденції прогнозованого розвитку. За результатами теоретичного дослідження було визначено комплексність показника оцінки промисловості регіону, враховуючі кількість змінних, що його характеризують. Аналіз взаємозв'язку між великою кількістю змінних здійснюється шляхом використання багатовимірних методів статистичної обробки.

В подальшому дослідженні визначено застосовувати методи кластерного аналізу: метод ієрархічної класифікації та метод k-середніх, факторного аналізу та дискримінантного аналізу [2].

*Таблиця 1*

**Характеристики ліній трендів складових оцінки економічного стану Дніпропетровської області**

Категорія	Лінія тренду	Рівняння тренду	Коефіцієнт детермінації (R <sup>2</sup> )
Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу	поліноміальна модель третього ступеня	$y = 106,11x^3 - 1268,6x^2 + 9180x + 2974,3$	0,9489 (94,89 %)
Обсяги прямих іноземних інвестицій на одну особу населення		$y = 9,7611x^3 - 118,23x^2 + 510,08x + 1295,2$	0,9757 (97,57%)
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	поліноміальна модель четвертого ступеня	$y = -0,0075x^4 + 0,1449x^3 - 0,9243x^2 + 2,0354x + 0,9179$	0,9714 (97,14%:)
Рівень безробіття населення (за методологією МОП), % до економічно активного населення		$y = 0,0093x^4 - 0,2266x^3 + 1,7884x^2 - 4,859x + 8,925$	0,7505 (75,05 %)
Відношення витрат до доходів населення		$y = 0,0021x^4 - 0,0318x^3 + 0,1591x^2 - 0,3083x + 1,0331$	0,8578 (85,78 %)
Відношення дефіциту державного бюджету до валового регіонального продукту (ВРП), %	поліноміальна модель третього ступеня	$y = -2,0777x^3 + 24,659x^2 - 78,96x + 78,57$	0,7843 (78,43 %)
Обсяг зовнішнього державного боргу до ВРП, %	поліноміальна модель четвертого ступеня	$y = -2,2661x^4 + 31,456x^3 - 133,28x^2 + 196,7x + 15,398$	0,9787 (97,87%)
Обсяг внутрішнього державного боргу до ВРП, %		$y = -0,9785x^4 + 12,52x^3 - 43,729x^2 + 40,105x + 39,452$	0,9519 (95,19%)
Фінансові результати від звичайної діяльності підприємств до оподаткування		$y = 1039,1x^4 - 10388x^3 + 14638x^2 + 48742x + 50706$	0,7022 (70,22 %)

**Список літератури**

1. Державна служба статистики України. URL: [https:// www.ukrstat.gov.ua](https://www.ukrstat.gov.ua).
2. Григорук П. М. Багатомірне економіко-статистичне моделювання : навчальний посібник. Львів : Новий світ-2000, 2015. 216 с.
3. Здрок В. В., Лагоцький Т. Я. Економетрія. К : Знання, 2014. 514 с.

УДК 33: 004.9

Мазуренко О. Р.

к. е. н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту,  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Більшість користувачів бізнесових структур навіть і не здогадуються, що користуються інформаційними технологіями. Перевіряючи електронну поштову скриньку чи працюючи онлайн із документами, не замислюються над тим, як саме працюють ці технології. Бази даних, автоматизація продажів, безпека, IP-телефонія – це основні напрямки бізнесових «хмар». «Хмари», що розраховані на рядових користувачів, зазвичай, пов'язані з поштовими сервісами, зберіганням даних, освітою, офісом та іншим програмним забезпеченням. Україна за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій посіла 64 рейтингову позицію серед 139 країн світу, покращивши за рік результати на 7 пунктів.

Виділимо основні переваги інформаційно-комунікаційні технології в економіці: не потрібні великі обчислювальні потужності ПК - по суті будь-який смартфон, планшет і т.д., при відкритті вікна браузера отримує величезний потенціал; відмовостійкість; певний рівень безпеки; висока швидкість обробки даних; економія на покупці софта - всі необхідні програми вже є в сервісі, де будуть працювати додатки; ваш власний вінчестер не наповнюється – всі дані зберігаються в мережі..

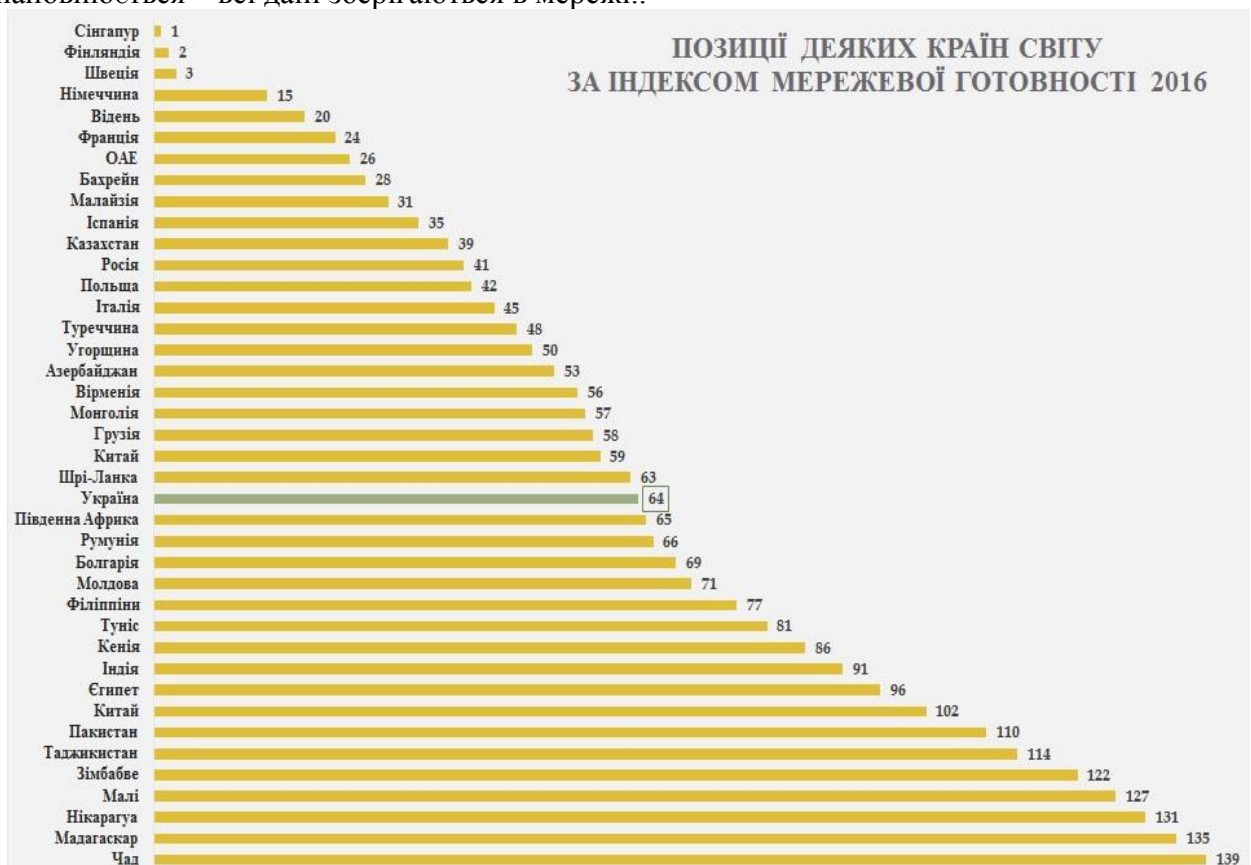


Рис. 1. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у 2016 році

Джерело: [1]

Проте є недоліки: хмарна послуга надається завжди якоюсь компанією, відповідно, збереження даних користувача залежить від цієї компанії; поява хмарних монополістів; необхідність завжди бути в мережі для роботи; небезпека хакерських атак на сервер (при зберіганні даних на комп'ютері ви в будь-який час можете відключитися від мережі і

очистити систему за допомогою антивірусу); можлива подальша монетизація ресурсу – цілком можливо, що компанії надалі вирішать брати за послуги плату з користувачів [2].

Слід зазначити, що бізнес-сегмент є рушійною силою для розвитку економіки. Його основною складовою є технології управління персоналом, оскільки технології управління персоналом є одним з найважливіших процесів в бізнесі. Хмарні ресурси, спрямовані на оптимізацію процесів усередині бізнесу, спрощують системи підбору персоналу, навчання і внутрішню комунікацію працівників. В рамках бізнесу навчання персоналу є одним із пріоритетів компанії. Ідеальним варіантом навчання працівників є повна інтеграція процесу навчання в роботу. І саме хмарні технології Learning Management System – крім системи обліку, ведення каталогу курсу, проходження курсу навчання і обліку успішності, – сприяють налагодженню широкої мережі професійних контактів та ефективному обміну інформацією. Система інформаційного та технологічного забезпечення управління персоналом, що заснована на певному наборі функцій, відходить у минуле. Впровадження нових хмарних інформаційних технологій в управлінні персоналом стає необхідним. Але хмарні технології стають простішими та доступнішими, і сама система управління персоналом має тенденцію «розчинятися» і ставати частиною системи управління організацією в цілому [3].

Другим складовим елементом є Blockchain. Його називають «другим поколінням інтернету». Blockchain, якщо не вдаватися до технічних тонкощів, – це спосіб зберігання даних або цифровий реєстр транзакцій, угод, контрактів. Головною перевагою такого методу зберігання є те, що дані розподілені серед кількох сотень і навіть тисяч комп'ютерів у всьому світі. Існують цікаві приклади використання цієї технології для організації розподіленого хмарного сховища, що використовує місце на дисках учасників мережі. Деякі фахівці такі види хмарних обчислень називають «туманними» (адже інфраструктура не є в повному розумінні хмарної, бо дані розподілені по комп'ютерам користувачів) [4].

Висновки: Істотних недоліків використання інформаційних ресурсів фактично не існує. Розвиток технології набирає обертів, створюючи все більший інструментарій для роботи з усіма типами даних. Майбутнє – за мобільністю та простотою, тому перехід бізнесу та користувачів на хмарні технології є питанням сьогодення. Застосування програмних рішень хмарних Learning Management System сервісів дозволить вивести ІТ-послуги на новий якісніший рівень. Технології настільки полегшили життя, що люди перестали встановлювати собі програми на комп'ютери і працюють з програмами безпосередньо в хмарі без установки. В хмарі переходить внутрішня комунікація співробітників, робота над бізнес-проекти, обробка масивів даних і навіть взаємовідносини з державою.

#### Список літератури

1. Рейтингові оцінки України за індексом мережевої готовності. 2016. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/rejtingovi-ocinky-ukrayiny-za-indeksom-merezhevoyi-gotvnosti-2016>.
2. Програмне забезпечення як послуга. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне\\_забезпечення\\_як\\_послуга](https://uk.wikipedia.org/wiki/Програмне_забезпечення_як_послуга).
3. Блокчейн. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Блокчейн>.
4. Якими є сценарії використання хмарних технологій. URL: <https://nachasi.com/2017/10/12/cloud-usage>.

**УДК 330.76**

**Строганова И. А.**

м. э. н., старший преподаватель кафедры учета,  
финансов, логистики и менеджмента,  
Полоцкий государственный университет

### **МЕТОД VAR-ОЦЕНКИ ВАЛЮТНОГО РИСКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

Эффективным вариантом решения управления валютным риском является применение технологии Value at Risk (далее – VaR) с целью количественной оценки риска. Метод VaR характеризует максимальную сумму потерь, превышение которой будет происходить с вероятностью менее заданной. Система оценки валютных рисков, основанная на методологии VaR является общепризнанной.

Внедрение методологии VaR было инициировано Базельским комитетом по регулированию рыночных рисков, который позднее рекомендовал банковским структурам разрабатывать собственные внутренние модели оценки рыночных рисков [1, 2].

Методологическая концепция VaR опирается на три основных метода оценки рыночных рисков [3]:

- параметрический метод (иначе – метод ковариации/вариации);
- метод исторического моделирования (исторических симуляций);
- метод имитационного моделирования Монте-Карло.

Наиболее применимым является параметрический метод. В свою очередь популярным параметрическим методом расчета VaR, является «местное оценивание» (дельта-нормальный метод) [4, с. 20]. При расчете VaR дельта-нормальным методом используются предположения о нормальности распределения всех рыночных факторов, влияющих на стоимость портфеля и о линейной связи между изменениями факторов риска и финансовыми результатами по составляющим портфеля. В этом случае, результат по портфелю будет представлять собой сумму нормально распределённых величин, т.е. тоже нормально распределённую величину.

Идея метода исторического моделирования состоит в использовании исторических изменений цен на составляющие портфель финансовые инструменты для построения распределения будущих изменений цен и потенциальных прибылей и убытков портфеля в целом.

Метод исторического моделирования основан на предположении о стационарности поведения рыночных цен в ближайшем будущем.

В самой простой и очевидной реализации данный метод подразумевает переоценку портфеля в течение некоторого значительного исторического периода (от нескольких месяцев до нескольких лет) с фиксацией максимальных убытков на выбранном временном горизонте с заданной доверительной вероятностью.

Следует указать на неприменимость метода исторического моделирования при значительном изменении положения на рынках.

Метод Монте-Карло является самым сложным методом расчета VaR, однако его точность может быть значительно выше, чем у других методов. Метод Монте-Карло подразумевает осуществление большого количества испытаний - разовых моделирований развития ситуации на рынках с расчетом финансового результата по портфелю. В результате проведения данных испытаний будет получено распределение возможных финансовых результатов, на основе которого путем отсеечения наихудших согласно выбранной доверительной вероятности может быть получена VaR-оценка.

Также как и для параметрического VaR использование метода Монте-Карло подразумевает построение следующих моделей: модель зависимости стоимости финансового результата по портфелю от изменений факторов риска; модель волатильностей и корреляций факторов риска.

Оценка VaR методом Монте-Карло практически всегда производится с использованием программных средств, данные модели могут представлять собой не формулы, а достаточно сложные подпрограммы. Т.е. метод Монте-Карло позволяет использовать при расчете рисков модели практически любой сложности.

Основное преимущество метода Монте-Карло перед другими методами VaR-оценки заключается в отсутствии «привязки» к историческим данным», что повышает вероятность учета «новых тенденций» [4].

Кроме того, метод позволяет моделировать поведения рынков – трендов, кластеров высокой или низкой волатильности, меняющихся корреляций между факторами риска, сценариев «что – если» и т. д. При этом стоит отметить, что данный метод требует мощных вычислительных ресурсов и при простейших реализациях может оказаться близок к историческому или параметрическому VaR, что приведет к наследованию всех их недостатков.

Следует подчеркнуть, что метод VaR предназначен для управления валютным риском только в условиях стабильного рынка (при условии сохранения текущих тенденций макро-

и микроэкономической рыночной конъюнктуры, т. е. при отсутствии значительных изменений (стрессов) на валютном рынке).

Недостатком метода оценки рисков VaR является то, что он игнорирует очень многие значительные и «интересные» детали, необходимые для реального представления рыночных рисков: VaR не учитывает, какой вклад в риск вносит рынок, какие структурные изменения портфеля увеличивают риск, а также какие инструменты хеджирования контролируют специфический риск. Модель не дает информации о наихудшем возможном убытке за пределами значения VaR (при заданном уровне доверия 95 % остается неизвестным, какими могут быть потери в оставшихся 5 % случаев).

Отметим, что зарубежные банки не предполагают управления рисками без использования VAR-анализа. Крупные банки практикуют расчет возможных убытков с уровнем вероятности в 2 процента с использованием данных за два предшествующих года [5].

Таким образом, применение VaR- анализа позволяет в общем виде оценка валютного риска может производиться по следующим этапам:

1. Определение объемов валютных активов (требований) и валютных обязательств (пассивов).

2. Определение величины валютной позиции банка. ОВП рассчитывается как разность между активами и пассивами – по видам валют и по совокупности валют.

#### **Список литературы**

1. Basel Committee on Banking Supervision. An Internal Model-Based Approach to Market Risk Capital Requirements. April 1995. *Bank for International Settlements*. URL: <https://www.bis.org/publ/bcbs17.pdf>.

2. Basel Committee on Banking Supervision. Minimum capital requirements for market risk. January 2019. *Bank for International Settlements*. URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d457.pdf>.

3. Щетинин Е. Ю. Методы оценивая рисковой стоимости финансовых активов на основе методологии Value at Risk. *Финансовая аналитика проблемы и решения*. 2008. № 7. С. 73 – 82.

4. Савонь В. Применение VaR анализа при оценке валютного риска. *Банковский вестник*. 2005. № 25 (318). С. 40 – 42.

5. Ильюченко Ю. Имитационное моделирование оценки риска (VaR) банковского портфеля. *Вестник Ассоциации Белорусских банков*. 2004. № 35 (295). С. 20 – 21.

**УДК 332.2**

**Юхименко Я. С.**

студент,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

**Лижник Ю. Б.**

старший викладач кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету,

**Нікульникова Т. Г.**

к. е. н. доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету

### **ОЦІНКА ВПЛИВУ ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОДУКЦІЇ ПАТ «КЗРК» НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ**

Для дослідження було обрано товари ПАТ «КЗРК»: руда залізна агломераційна, руда доменна кускова та їх якісні характеристики: залізо, CaO, SiO<sub>2</sub>, осн, FeO, MgO, ФР, інші складові

Більшість показників якості руди досить сталі у часі та мають незначні ризики, що становлять менше 5 % ризику постачання неякісної сировини. З часом існує тенденція на підвищення якості руди стосовно вмісту заліза (в середньому на рік темп зменшення ризику становить 4 %) та вмісту MgO (в середньому на рік темп зменшення ризику становить 13,7 %). По іншим показникам з часом якість сировини має тенденцію до погіршення. Більш за все це стосується вмісту CaO, осн та ФР, рівень ризиків нестабільного складу у сировині з часом має тенденцію до збільшення.

Вміст заліза має переважну тенденцію до зменшення, що є негативним фактором якості руди. Середнє значення за п'ять років (2013 – 2018 рр.) становить 54,19%. Нижнє розрахункове граничне 53,47%, верхнє розрахункове граничне 54,92%. Реальний вміст заліза перевищував верхню межу у трьох місяцях (що становить 5% випадків) та був нижче нижньої межі у двох місяцях, що становить 3,3% випадків.

Більшість ризиків по якісним характеристикам руди негативно впливають як на повну собівартість товарної продукції. Причому, найбільш негативний вплив чинить неякісність сировини по складу заліза та по складу MgO. Отже, перш за все необхідно дотримуватися якості по цим параметрам руди.

Рівень впливу ризиків зміни якості руди на результуючі показники діяльності підприємства становить -0,131 д. о. Отже, як бачимо, найбільший абсолютний вплив на результуючі показники діяльності підприємства становлять ризиків зміни якісних характеристик руди, де загальний рівень впливу ризику показників якості на результуючі показники діяльності підприємства перевищує 20%.

На рис. 1 наведена гістограма якості [1] товару руда доменна кускова по вмісту заліза. Аналогічні гістограми отримані для інших товарів та їх якісних складових.

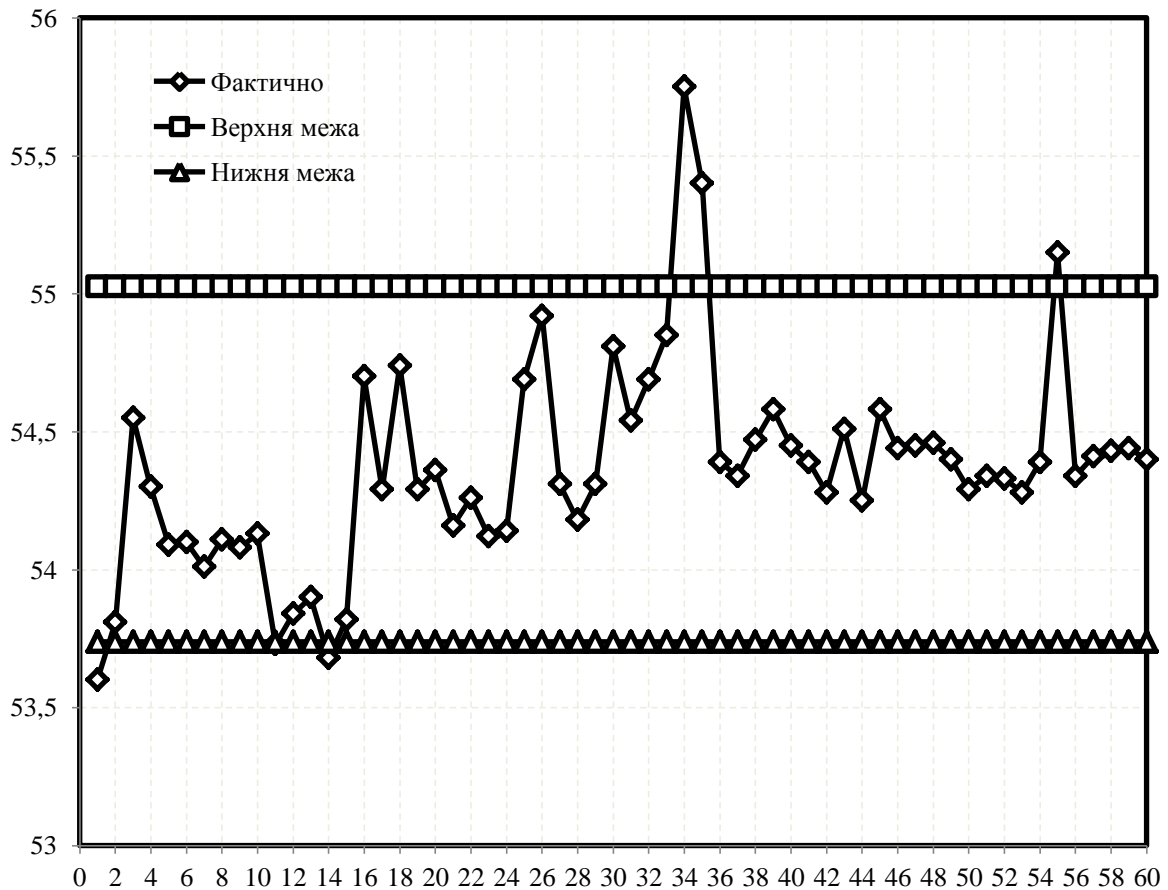


Рис. 1. Гістограма якості товару руда доменна кускова по вмісту заліза

Для виявлення рівнів впливу ризиків отримання неякісної сировини на результуючі показники діяльності підприємства застосуємо обчислення кореляційних коефіцієнтів за Пірсоном [2]. Результати впливу на собівартість наведені на рис. 2.

Конкурентоспроможність продукції підприємства ПАТ «КЗРК» може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика продукції, яка відображає ступінь переваги сукупності її оціночних показників по відношенню до показників продукції конкурентів.

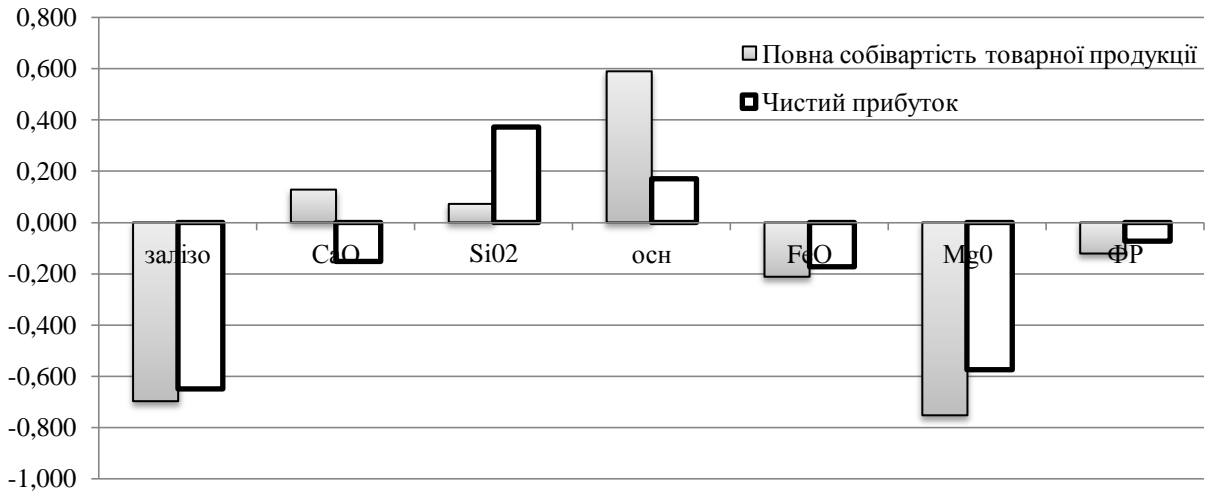


Рис. 2. Діаграма впливу неякісних показників товару руда залізна агломераційна на повну собівартість та чистий прибуток підприємства

Для такої оцінки використовуємо метод бенчмаркінгу [3]. Для цього виділяються основні характеристики продукту, які є визначальними з точки зору бенчмаркінгу залізної руди, а саме: залізо, CaO, SiO<sub>2</sub>, осн, FeO, MgO, ФР, інші складові. Надалі проводиться оцінка кожної з визначених характеристик експертним методом. Побудований павук представлено на рис. 3. Для більш глибокого аналізу було обчислено площі отриманих фігур. Площа фігури, що отримана за даними оцінки товару ПАТ «КЗРК» дорівнює 45,55 умовних квадратних одиниць, середні значення по галузі відповідно 50,2 умовних квадратних одиниць. Відношення площ фігур конкурентів становлять 110,2 %.

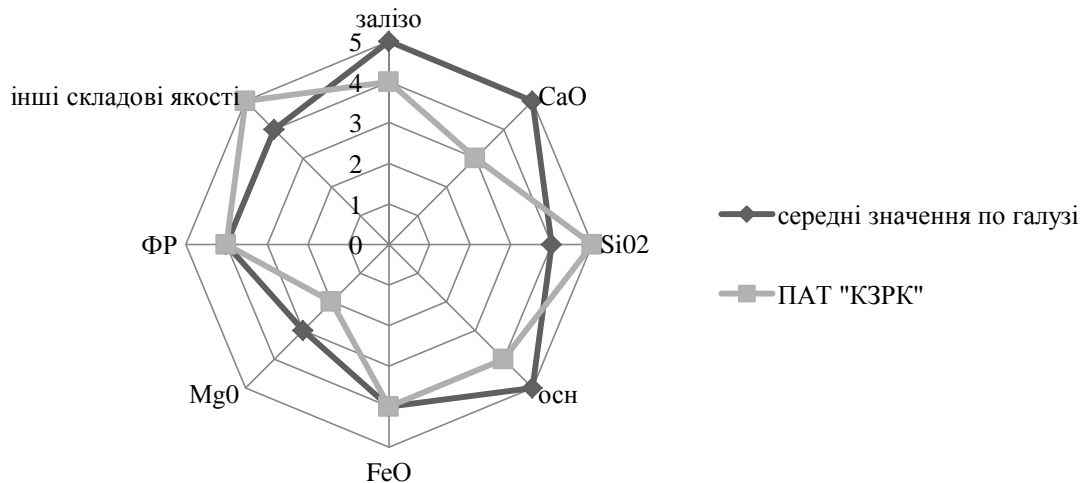


Рис. 3. Бенчмаркінговий павук конкурентоспроможності товару ПАТ «КЗРК» і середні значення по галузі

На основі отриманих даних можна говорити про те, що продукт ПАТ «КЗРК» по розглянутим характеристикам відстає від середніх значень по галузі на 10,2 %. Це означає, що підприємству ПАТ «КЗРК» для досягнення лідируючої позиції на ринку необхідно покращити конкурентні характеристики продукції.

#### Список літератури

1. Лавріненко Н. М., Латинін С. М., Фортуна В. В. Основи економіко-математичного моделювання : навчальний посібник для ВНЗ. Львів : Магнолія, 2018. 540 с.
2. Благун І. С., Кічор В. П., Фещур Р. В., Воробець С.Й. Математичні методи в економіці : навчальний посібник. Тернопіль : Богдан, 2010. 264 с.
3. Шиян А. А. Економічна кібернетика:вступ до моделювання соціальних і економічних систем : навчальний посібник для ВНЗ. Львів : Магнолія, 2018. 228 с.



УДК 378.014.54

**Герасимчук В. В.**

старший викладач кафедри бізнес  
адміністрування, маркетингу і туризму,  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського,

**Кравченко Х. В.**

студентка II-го курсу,  
Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського

### СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Маркетинг – одне з найпоширеніших понять, яке прямо асоціюється з ринковою економікою. Світова практика розробила механізм, за допомогою якого учбові заклади мають змогу реагувати на зовнішні дії і акумулювати свої кошти відповідно до виникаючих потреб населення, і цей механізм – маркетинг освітніх послуг.

Маркетинг освітніх послуг являє собою управлінський процес, спрямований на розроблення та надання освітніх послуг на цільових ринках. Майбутнє України багато в чому зумовлюється її системою освіти, тому становлення ринкових відносин у сфері освітніх послуг є сучасною тенденцією у розвитку системи освіти [1].

Освіта як галузь соціальної сфери представляє собою розгалужену інфраструктуру освітніх установ, що реалізують державну освітню політику в процесі підготовки дітей та молоді до трудової діяльності [2].

В табл. 1 наведено динаміку кількості студентів вищих навчальних закладів (ЗВО) в Україні у 2010 – 2019 рр.

Таблиця 1

**Кількість студентів закладах освіти в Україні, тис. осіб.**

Кількість осіб у закладах освіти, тис. осіб	Навчальний рік								
	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
коледжі, технікуми, училища	361,5	356,8	345,2	329,0	251,3	230,1	217,3	208,6	199,9
університети, академії, інститути	2129,8	1954,8	1824,9	1723,7	1438,0	1375,2	1369,4	1330	1322,3

Джерело: [3]

Згідно табл. 1, кількість студентів за останні поступово зменшується, що пояснюється демографічною та економічною ситуацією в країні. Одним із чинників розвитку освіти є зменшення кількості студентів. Це призводить до зниження якості освіти в цілому та появи складнощів у працевлаштуванні випускників закладів вищої освіти.

Отже, у наш час існують проблеми, що заважають навчатися за умов традиційної системи освіти, основними з яких є:

- а) необхідність поєднувати навчання з основною діяльністю;
- б) обмежена пропускна здатність традиційної системи освіти та пов'язані з нею необхідність проходження конкурсного відбору, корупція і зловживання в освітніх установах тощо;
- в) неможливість регулярно відвідувати навчальний заклад за рахунок його віддаленості, великі витрати на переїзд та проживання або обмежені можливості через стан здоров'я;

г) недоступно висока плата за навчання тощо.

Таким чином, усі розглянуті проблеми диктують необхідність організації та ведення маркетингової і рекламної діяльності вузів різних ступенів акредитації. Тому сьогодні ЗВО варто займатися роботою з формування стратегії і тактики маркетингової та комунікаційної діяльності. Професійний і продуманий підхід до засобів просування освітніх послуг до споживача, формування планів маркетингової та комунікаційної діяльності, проведення маркетингових досліджень, ефективна організація рекламної діяльності – є факторами і ресурсами успішного розвитку навчального закладу [4].

Т. Є. Оболенська відмічає, що «співвідношення сучасного ринку освітніх послуг і ринку праці потребує як узгодження й оптимізації пропонування молодих фахівців, так і підвищення кваліфікації присутніх на ринку праці працівників, які мають достатній досвід і конкурентоспроможні на власному сегменті ринку праці» [5]. Саме тому важливо відмітити, що вивчення маркетингу під час підготовки фахівців різних спеціальностей може мати вагомий вплив на підвищення якості надання освітніх послуг, розширення кругозору та можливостей випускників ЗВО.

Для створення позитивного іміджу ЗВО і таким чином виведення його на новий рівень на ринку освітніх послуг необхідно визначити шляхи ведення маркетингової політики вузу, головним з яких має стати налагодження зв'язків з громадськістю.

Це, в першу чергу, потрібно для виховання громадської думки: освітній заклад має всилити споживачеві дійсність його локальної ідеї та зробити все можливе для того, щоб існування освітнього закладу стало цікавим споживачеві. Основна мета формування громадської думки – створити міцну позицію освітнього закладу в суспільстві і на потенційних ринках. Механізм формування громадської думки, який зображено на рис. 1, являє собою ланцюжок послідовних дій.



Рис. 1. Технологічна схема дії механізму формування громадської думки

Джерело: розроблено автором на основі [6, с. 67 – 68]

Вибір напрямку просування освітніх послуг формується споживачем, адже саме довкола нього відбувається організація маркетингової пропозиції у сфері освіти. Отже, сьогодні можна з упевненістю говорити, що вищі навчальні заклади, які не приділяють належної уваги маркетинговій діяльності, вже найближчим часом можуть опинитися в не вигідному та неконкурентоспроможному становищі на ринку освітніх послуг і в решті припинити своє існування.

#### Список літератури

1. Лавринчук В. М. Сутність і складові маркетингу освітніх послуг. *Політична праксеологія: публічна політика та публічне управління* : зб. матеріалів III Міжнар. студентської наук. конф. Київ : ВАПН, 2018. С. 156 – 158.
2. Ніколаєвська В. В. Маркетинг в системі освіти. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2013. Ч. 3. С. 202 – 208.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики : веб-сайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.09.2019).
4. Дубровка О. В. Система маркетингу в державному управлінні вищою освітою України : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. Управління : 25.00.02 / Національна академія державного управління при Президентові України. Київ, 2005. 206 с.
5. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / гол. ред. А. Ф. Павленко. Київ : КНЕУ, 2005. 584 с.
6. Чкаловська Г. З. Ефективність функціонування ринку освітніх послуг в Україні: проблеми та перспективи. *Сталій розвиток економіки*. 2012. № 3. С. 59 – 64.

УДК 339.138:330.341.1

**Кітченко О. М.**

к. е. н., доцент,  
доцент кафедри економіки і маркетингу,  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,

**Начагіна А. В.**

магістр,  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»

## **МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

На сьогодні ефективність системи маркетингу підприємства є одним з головних факторів в успішній конкурентній боротьбі. Але останні тенденції розвитку економіки показують, що найбільш конкурентоспроможними стають ті компанії, що використовують в своїй діяльності маркетинг інновацій, який сприяє появі повністю нових товарів, технологій та розробок, які користуються максимальним попитом у будь-якого споживача. Сучасні та успішні компанії вже багато років особливу увагу приділяють розвитку та використанню інноваційних процесів в своїй діяльності. Швидкість з якою впроваджуються в сучасне життя новітні технології, процеси та методи управління стає нестримною. Основними напрямками, яким приділяється найбільша увага, під час дослідження питань конкурентоспроможності підприємства, на сьогодні, є інновації та комплекс маркетингу. Тому використання маркетингу інновацій, стає ключовим фактором успіху діяльності підприємства.

Маркетинг інновацій можна описати, як діяльність, спрямовану на пошук нових сфер діяльності, розробку абсолютно нових товарів та послуг, а також введення у виробництво існуючих товарів-інновацій [1, с. 302].

Проведений аналіз визначення поняття маркетинг інновацій [2 – 5] дозволив зробити висновок, що маркетинг інновацій – це діяльність направлена на підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства, а також задоволення потреб споживачів, за рахунок впровадження нових товарів та послуг з використанням всіх елементів комплексу маркетингу.

Діяльність в сфері маркетингу інновацій передбачає детальне дослідження смаків та запитів споживачів для розуміння шляхів подальшого розвитку нових товарів.

Глибоке знання споживачів дає можливість встановлювати з ними постійний контакт, розуміти які мотиви вони переслідують під час прийняття рішення про покупку, чи задоволені всі їх потреби. Від розуміння того, на скільки задоволені потреби споживачів залежить кількість прихильників та постійних споживачів, а разом з тим і рівень прибутковості та конкурентоспроможності підприємства.

Проведення маркетингових досліджень споживачів та ринку дозволяє найбільш точним чином описати всі процеси що відбуваються на ринку, зрозуміти відносини між суб'єктами ринку, надає можливість чітко виділити основні типи споживачів та їх запити.

Під час проведення таких досліджень існує певний механізм: постановка мети та завдань дослідження, вибір методів дослідження, розробка інструментарію, проведення анкетування в обраному сегменті споживачів та обробка і аналіз отриманих результатів. Після такого дослідження визначається модель споживачів в певному сегменті та встановлюються орієнтири від яких залежить вибір споживачів: ціна, смак, широта асортименту та ін., а також інструменти системи маркетингових комунікацій, яким надають перевагу споживачі (реклама на місці продажу, презентації, дегустації, SMM, Інтернет-реклама та ін.).

Також важливим елементом системи маркетингу інновацій є обрання подальшої стратегії запуску інновацій на ринок. Вірно обрана інноваційна стратегія визначає майбутні

цілі та напрями розвитку підприємства, шляхи створення інноваційних продуктів та шляхи зміцнення своїх ринкових позицій. Треба зауважити, що інноваційна стратегія повинна бути гнучкою та швидко адаптуватися до ринкового середовища що швидко змінюється.

Роль маркетингу інновацій зростає з кожним роком, вони посилюють вплив маркетингу на споживача, надають можливість знаходити нові ринку збуту продукції. Вдале використання маркетингу інновацій сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, покращенню його іміджевої складової. Тому подальший розвиток маркетингу інновацій буде посилюватися та ставати все більш популярним напрямом розвитку бізнесу в державі.

#### **Список літератури**

1. Гризовська Л. О., Романова А. В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С. 301 – 307.
2. Антоненко О. Л., Козар З. О. Мотиваційні передумови інноваційної активності та реалізація інноваційного маркетингу на підприємстві. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2015. № 819. С. 207 – 214.
3. Антощенко В. В., Богданович О. А. Інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2017. № 185. С. 50 – 55.
4. Квітчат С. О. Інноваційний маркетинг і його вплив на розвиток підприємств кондитерської галузі. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП» : зб. наук. пр. Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. 2017. № 54 (1257). С. 58 – 64.
5. Геращенко М. М., Шерстобитова Т. И. Подходы к определению сущности маркетинга инноваций. *Фундаментальные исследования*. 2014. Т. 2. №. 3. С. 156 – 162.

**УДК 339.138**

**Коноваленко А. С.**

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,  
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного

### **ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА ДІТЕЙ НА РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ**

Діти є найбільшою цінністю суспільства, а забезпечення безпеки харчування дітей слід розглядати як стратегічне завдання держави. Відповідно до Закону України «Про охорону дитинства» в Україні під поняттям «дитина» слід розуміти особу віком до 18 років (повноліття), якщо згідно з законом, застосовуваним до неї, вона не набуває прав повнолітньої раніше [1].

Стан харчування дітей в Україні є предметом обговорення широкого кола науковців, однак, найчастіше розглядаються медичні, технологічні, екологічні аспекти безпеки харчування дітей шкільного віку. Вплив маркетингових інструментів на систему харчування дітей, споживчі моделі їх поведінки на ринку та купівельні стереотипи не підлягали широкому дослідженню. Більшість дітей в Україні отримує кишенькові кошти, стають повноцінними суб'єктами маркетингу та здійснюють придбання продуктів харчування, однак незрілість дитячої психіки робить їх вразливими перед маркетинговою активністю виробників, що створює загрозу рівню безпеки їх харчування.

Протягом двох років українські вчені-медики досліджували харчовий статус дітей шкільного віку, що дозволило їх визначити низку існуючих проблем у системі їх харчування. Серед найбільш гострих визначено наступні:

1. Режим харчування дітей є нераціональним щодо кратності основних прийомів їжі та перерв між прийомами їжі;
2. Наявний дисбаланс за вмістом білків, жирів та вуглеводів в харчуванні у всіх учнів;
3. Спостерігається дефіцит енергетичної цінності середньодобових раціонів (від 8 % до 25 %);
4. Визначено дефіцит білку у раціоні дітей (від 7 % до 30 %);
5. Споживання загальних жирів школярами перевищує допустимий рівень, переважно, за рахунок позашкільної їжі;
6. У раціоні харчування недостатній вміст овочів та фруктів, що призводить до дефіциту споживання вуглеводів (від 7,3 % до 34 %);

7. У раціоні школярів порушений амінокислотний склад;
8. Організм дітей потерпає від дефіциту вітамінної забезпеченості;
9. Порушення мінерального складу, дефіцит вмісту кальцію та йоду, переважно у школярів середньої та старшої ланки, що погіршувалось надлишковим вмістом у раціонах фосфору та магнію та недостатністю білку та вітаміну С, що є чинником зниження рівня засвоєння кальцію організмом;
10. Наявний дефіцит споживання молока, молочних продуктів, овочів та надмірне споживання борошняних, кондитерських виробів, круп, макаронів;
11. Статтевовікові розбіжності у споживанні м'яса, риби, яєць, фруктів;
12. Енергетична цінність харчових раціонів перевищує енерговитрати у дітей, що підвищує ризик розвитку надлишкової ваги тіла та огрядності [2, с. 7].

Наявність значних відхилень у щоденному раціоні школярів позначається на стані здоров'я дітей та їх фізичному розвитку, що потребує уваги як законодавця, так й науковців.

Держава передбачає гарантування державою дитині права «на охорону здоров'я, ... сприяє створенню безпечних умов для життя і здорового розвитку дитини, раціонального харчування, формуванню навичок здорового способу життя» [1, ст. 6]. Указом Президента України 18.06.96 р. №63/96 була затверджена національна програма «Діти України», яка була у подальшому пролонгована Указом Президента України від 24 січня 2001 року № 42/2001 «Про додаткові заходи щодо забезпечення виконання Національної програми «Діти України на період до 2005 року».

В аспектах управління безпекою харчування дітей держава вживає низку заходів, одним серед яких зазначено боротьбу з хворобами та недоїданням, у тому числі шляхом надання дітям доступу до достатньої кількості якісних харчових продуктів та чистої питної води; забезпечення всіх прошарків суспільства, зокрема батьків і дітей, інформацією щодо охорони здоров'я і здорового харчування дітей тощо [1, ст. 6]. Однак, на полицях супермаркетів для придбання дітьми залишаються доступними продукти харчування, які при тривалому, систематичному вживанні здатні суттєво нашкодити здоров'ю дітей. Можна зробити висновки про недосконалість законодавчих важелів захисту дітей.

Найбільш привабливими для дітей стають продукти із яскраво вираженими смаками (солоні, солодкі), що ускладнює конкурентні можливості корисних продуктів харчування із нейтральними смаками. Ситуація ускладнюється тим, що прагнучі економії та зниження витрат на виробництво, вітчизняні виробники якісних продуктів харчування часто недостатньо фінансують процес створення привабливого упакування. Збедільшого це викликане з розривом між наукою та виробництвом й відсутністю у виробників розуміння значення впливу упакування на сприйняття дітьми корисних продуктів. Запровадження результатів наукових досліджень споживчих уподобань та адаптація виробників до зміни споживчої поведінки дітей під впливом соціокультурних зрушень дозволять робити корисні продукти привабливими для дітей та підлітків, що сприятиме покращенню якості раціону та безпеці харчування.

Неконтрольований маркетинговий вплив на дітей шкільного віку здатен призвести до появи негативних наслідків, таких як порушення якісних та кількісних показників раціону харчування та харчового режиму, формування спотворених харчових звичок, формування психоемоційної та смакової залежності, формування викривлених споживчих моделей поведінки на наступні роки та споживчих звичок й стереотипів, які складно буде у подальшому відкорегувати. Все це обумовлює необхідність посилення уваги науковців до проблематики та розробки комплексної програми підтримки належного рівня безпеки харчування дітей шкільного віку.

#### **Список літератури**

1. Про охорону дитинства : Закон України від 26 квітня 2001 р. № 2402-III / Верховна Рада України. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 30. Ст. 142.
2. Шкуро В. В. Гігієнічна оцінка особливостей харчування молодших школярів у загальноосвітніх навчальних закладах різного типу: автореф. дис. ... канд. мед. наук : 14.02.01; Ін-т гігієни та мед. екології ім. О. М. Марзєєва НАМН України. К., 2010. 20 с.

УДК 339.13

Мурадова К. М.

студентка,

Криворізький факультет Запорізького національного університету

Нікульникова Т. Г.

к. е. н, доцент,

доцент кафедри економічної кібернетики,

Криворізький факультет Запорізького національного університету

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

На даний момент в Україні маркетингова діяльність є одним з найбільш перспективних напрямків, який переживає період бурхливого розвитку.

Маркетинг на сучасному етапі – це багатоаспектне поняття, багатопланове явище. Маркетинг розглядається як самостійний вид підприємницької діяльності, одна з систем управління підприємством, стратегія і тактика мислення та дій суб'єктів ринкових відносин.

Маркетинг існував завжди: він пройшов складний шлях еволюції і мав місце за будь-яких товарно-обмінних операцій. Зміст і термінологія маркетингу постійно розвиваються і змінюються у ході суспільного підприємництва менеджерів, науковців різних країн, діючих за конкретних політичних і соціально-економічних умов.

На сьогодні поширюється твердження про кризу маркетингу, спричинену глобалізаційними процесами, посиленням конкуренції, прискоренням науково-технічного прогресу, зміною споживача. На разі необхідно застосовувати специфічний маркетинг, суть якого полягає в оперативній зміні маркетингової політики організації і всіх інструментів комплексу маркетингу. Важко передбачити, які методи маркетингу знайдуть більше відгуків у споживачів. Зараз маркетологам корисно враховувати сучасні тенденції маркетингу і стежити за тими з них, які можуть вплинути на успіх їх підприємства.

Головні тенденції маркетингу:

1. Маркетингова воронка зсувається.

Підприємства останнім часом починають ефективніше використовувати контент, орієнтуючись на свою цільову аудиторію.

2. Підвищення ролі штучного інтелекту в прийнятті оперативних управлінських рішень різних рівнів.

На техніку відводиться все більш важлива роль. Вона дозволяє ефективніше аналізувати дані і швидше знаходити потенційних споживачів товару чи послуг.

3. Визначення, хто має бути лідером думок.

Маркетинг лідерів думки-класична стратегія в медіа, раніше компанії та підприємства покладалися на знаменитостей, очікуючи, що саме вони переконують людей купувати ті чи інші товари. Але на разі споживачі більше схилені довіряти таким же людям, як вони самі.

Питанням сучасного розвитку маркетингу присвячено чимало праць відомих вітчизняних вчених: Войчака А. В., Близнюка С. В., Балабанової Л. В., Лилик І. В. та інших. Зарубіжними вченими, які приділяли увагу цьому питанню, були Мескон М. Дональдсон Т. та інші. Але систематизованих досліджень в Україні недостатньо, тому ця тема і на разі є актуальною. Маркетинг виступає як спосіб діяльності підприємців і специфічний підхід до господарювання за ринкових умов.

Сучасний маркетинг повинен базуватися на швидкому, гнучкому плануванні нововведень, в центрі яких завжди повинен бути споживач.

Завоювати симпатії споживача – не проста справа. Майже завжди існує конкуренція серед виробників. Щоб отримати попит на свій товар, потрібно врахувати, як виготовляти «правильні» товари та як «правильно» продавати ті «правильні» товари споживачам.

Нові продукти можуть створити нові ринки, а на існуючих ринках допоможуть потіснити конкурентів. Маркетологи підкреслюють важливість максимально точного знання свого споживача з використанням методів зворотного зв'язку, що відповідають вимогам підприємства.

До перспектив розвитку маркетингу можна віднести:

– координація та інтеграція різних видів діяльності в масштабі всього господарства;

– зростання вагомості сфери послуг, яка присутня практично на всіх етапах економічних угод;

– розвиток множинності товарних форм, яка призводить і до множинності цін;

Найважливішою метою сучасного маркетингу є виявлення нових, ще не задоволених потреб чи нових форм задоволення вже відомих потреб. Кожне підприємство, фірма чи організація живуть завдяки ринку та за для ринку. Сучасне підприємницьке мислення виходить із того, що ринок збуту є вихідним пунктом усієї ділової активності підприємства. Нині маркетинг виступає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоспроможності підприємств, слугує основою стратегічного управління.

Сучасна концепція маркетингу полягає в тому, щоб вся діяльність підприємства ґрунтувалася на знанні споживчого попиту і його змін у перспективі. Більше того, одне із завдань маркетингу полягає у тому, щоб знати і розуміти покупця настільки добре, щоб товар або послуга влаштували його і продавалися самі по собі.

#### **Список літератури**

1. Сучасна концепція маркетингу. URL: <https://studfiles.net/preview/5370902/page:8>.
2. Економіка підприємства та маркетинг. URL: <https://buklib.net/books/37178>.

**УДК 339.1**

**Репецька О. В.**  
магістр,

Львівський державний університет внутрішніх справ

### **СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах функціонування та розвитку української економіки в цілому та промисловості зокрема одним із життєво важливих факторів є знання та застосування парадигми маркетингу, яка дає змогу промислому підприємству зайняти та утримати достатню частку внутрішнього та міжнародного ринку, сформувавши у споживачів позитивне ставлення до себе і отримати головний результат діяльності будь-якого підприємства – високий рівень прибутку за відносно низького рівня витрат.

Ситуація на промисловому ринку, як і на споживчому за останній рік кардинально змінилися. Зокрема, під впливом світової кризи та активного розвитку Інтернету ще вчора популярні маркетингові рішення сьогодні є цілком неефективними, промислові підприємства постали перед необхідністю впровадження нових ринкових стратегій, методів формування товарних асортиментів та ціноутворення на промисловому ринку. Однак, вітчизняні промисловці ще не здатні цілком досягнути усі тонкощі маркетингу і усвідомити, що вони працюють не на ринку товарів і послуг, а на ринку створення і задоволення потреб, а тому в ролі пропозиції тут найчастіше виступає не конкретний промисловий товар чи послуга, а порядок їхнього продажу та після продажний супровід і обслуговування.

Досить часто маркетинг розглядається вченими-теоретиками як єдина дисципліна, в основі якої лежить споживчий маркетинг. В той час, як промисловий маркетинг розглядається лише як ряд несуттєвих відхилень від цієї основи.

Однак, існує фундаментальна відмінність між вимогами, що пред'являються до маркетингу промислових товарів та до маркетингу споживчих товарів.

До головних особливостей промислового маркетингу у порівнянні зі споживчим маркетингом відносять такі: більші обсяги закупівель; технічно та технологічно складніші продукти; значно вищий ризик покупця; триваліший час здійснення покупки; значно складніший процес прийняття рішення щодо здійснення покупки; наявність тісніших ділових стосунків між покупцем та продавцем; високий професійний рівень покупців; похідний попит; взаємовплив.

Окрім зазначених особливостей суттєву відмінність складає і перелік товарів, представлених на ринку. Так, якщо основну масу товарів у споживчому маркетингу складають продукти харчування, одяг, взуття та інші непродовольчі товари широкого вжитку, то у промисловому маркетингу цей перелік значно ширший і включає такі групи:

– сировину, матеріали, запчастини та напівфабрикати;

- товари виробничо-технічного призначення (наприклад, комплектуючі вироби та взаємодоповнюючі деталі);
- високотехнологічну продукцію виробничо-технічного призначення;
- об'єкти капітального будівництва;
- промислові послуги;
- продукти інтелектуальної праці (в тому числі програмні продукти та оптимізаційні інженерні рішення);
- товари широкого вжитку (оргтехніка, меблі, канцелярські приладдя та інший дрібний реманент);
- послуги освітніх закладів та навчальних курсів різного спрямування.

Варто додати, що всі підприємства – виробники споживчих товарів також залучені до промислового ринку, так як вони тісно пов'язані із фірмами-постачальниками сировини та виробничого обладнання, та до того ж передають свою продукцію кінцевому споживачу через таких суб'єктів промислового ринку, як гуртові та роздрібні торгові організації. Тому, промисловий ринок є найвагомішою та найбільшою складовою системи ринкових відносин у будь-якій економіці. А застосування принципів та засад промислового маркетингу на ринку B2B є запорукою успішного функціонування як окремого промислового підприємства, так і економіки країни в цілому.

Остаточним критерієм поділу ринку і, власне, маркетингу на промисловий та споживчий є характер споживання придбаних товарів. Так, для промислового ринку характерне отримання товарів та послуг для використання у виробництві, наданні послуг, а також для перепродажу або здавання в оренду. Споживчий же ринок включає в себе осіб, які придбавають товари чи послуги для особистого чи сімейного споживання і користування. У ролі споживачів на промисловому ринку виступають підприємства різних галузей виробництва, державні установи, заклади, громадські організації, банки, кредитні, страхові, інвестиційні та інноваційні компанії та ін.

Таким чином, промисловий маркетинг можна визначити, як комплекс заходів, спрямованих на задоволення потреб підприємств, організацій та установ виробничої сфери у матеріалах, сировині, обладнанні, устаткуванні, спеціальних послугах, а також на підвищення ефективності процесу виробництва та реалізації товарів промислового призначення.

Крім того, будь-яке промислове підприємство, яке бажає втриматися на ринку та досягти успіху, повинно дотримуватися головних принципів промислового маркетингу, серед яких виділяють такі:

1. Орієнтація на споживача та оперативне і гнучке реагування виробництва та збуту на зміну ринкової кон'юнктури. Головними чинниками, що визначають діяльність промислового підприємства, мають бути його виробничі потужності і потенціал, а також потреби споживачів у товарах, які воно може виготовити, та наявність на ринку конкурентів із аналогічними товарами чи послугами.

2. Сегментування ринку та власне оптимальне позиціонування на ньому. Реалізація цього принципу дає змогу більш точно виокремити свого потенційного споживача із загальної маси, налагодити з ним тісну взаємовигідну співпрацю і надалі розширювати свою клієнтську базу за мінімальних втрат часу і коштів.

3. Проведення ґрунтовного та безперервного маркетингового дослідження ринку, яке дає змогу отримати вичерпні дані про конкурентів, споживачів, нові потенційні канали збуту продукції, зміни на ринку, спричинені діями держави або зрушеннями у світовій економіці тощо.

4. Орієнтування на довгостроковий результат, яке відображається у залученні та впровадженні інновацій як у сфері виробництва продукції, так і у сфері її збуту і післяпродажного супроводу.

Застосування сучасної концепції маркетингу на промисловому підприємстві вимагає наявності у фахівців сукупності спеціальних різноманітних знань та прикладання істотних зусиль, однак суттєво зменшує ймовірність комерційного провалу та дає змогу швидко адаптуватися до мінливих умов сучасного ринку.



Ефективність маркетингової діяльності промислового підприємства залежить від злагодженої та зрівноваженої діяльності його фахівців у всіх найважливіших самостійних напрямках маркетингу, до яких відносять такі:

- маркетинг-менеджмент (організація маркетингової діяльності підприємства);
- маркетингове планування, що включає в себе формування бізнес-плану підприємства та вибір стратегії маркетингу;
- проведення маркетингових досліджень;
- формування та реалізацію комунікаційної політики підприємства;
- розподіл та налагодження збуту виготовленої продукції;
- формування та підтримку діяльності інформаційних маркетингових систем;
- маркетинг науково-дослідних робіт та інноваційного процесу;
- логістику промислового підприємства.

Для реалізації кожного з цих напрямків промислового маркетингу на підприємстві формуються окремі спеціальні підрозділи, або ж відповідальність за виконання функцій по кожному напрямку покладається на окремих фахівців, які співпрацюють для ефективної реалізації концепції маркетингу на промисловому підприємстві.

#### **Список літератури**

1. Економіка виробничого підприємства. Навч. посіб. / Й. М. Петрович, І. О. Будіщева, І. Г. Устінова та ін.. За ред. Й. М. Петровича. 2-ге видання, переробка і доповнення. К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. 405 с.
2. Економіка підприємства: Навч. посіб. / За ред. А. В. Шегди. К.: Знання-Прес, 2001.
3. Економіка підприємства: Навч. Посіб. / за ред. А. В. Шегди. К.: Знання, 2005. 431 с.

**УДК 338.47**

**Тардаскіна Т. М.**

к. е. н., доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу,

Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова,

**Піпа А. А.**

магістрант,

Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова

### **СТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ КЛІЄНТ-ОРІЄНТОВАНОЇ СЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ ОПЕРАТОРА ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ**

Поштовий зв'язок є найбільш значущим та доступним видом зв'язку який стимулює економічний, соціальний, технологічний розвиток кожної держави.

На відміну від галузі телекомунікацій, пошта й досі у більшості країн світу залишається державним засобом управління та концентрацією державних інтересів у спілкуванні уряду з громадянами. Інфраструктурне призначення поштового зв'язку вимагає безперервного вдосконалення та відповідності потребам суспільства. Визначення подальших організаційно-економічних засад фундаментальної трансформації діяльності оператора поштового зв'язку АТ «Укрпошта» є безумовно актуальною темою дослідження.

Оператор поштового зв'язку АТ «Укрпошта» має найбільшу мережу, як серед інших поштових компаній, так і серед банків. Разом з тим інфраструктура АТ «Укрпошта» має високий рівень зношення (застарілий автопарк та ІТ інфраструктура, низький рівень автоматизації та комп'ютеризації). Така технологічна відсталість призвела до того, що в останні роки АТ «Укрпошта» не розвивалася, а втрачала клієнтів і долю ринку. Досягнення високої якості обслуговування у відділеннях можливе лише за умови оптимізації та оновлення форматів відділень, оптимізації бізнес процесів та перегляду портфелю послуг. Перегляд та редизайн логістичної мережі дозволить суттєво пришвидшити доставку. Підвищення індивідуальної продуктивності та ефективна система мотивації знизить операційні видатки та підвищить операційну продуктивність.

Оснащення комп'ютерами відділень поштового зв'язку, оновлення існуючих комп'ютерів та мережі дозволить одночасно ефективніше надавати послуги, підвищити керованість бізнес-процесів та покращити умови праці.

Для подальшого функціонування, стійкості на ринку та розвитку, АТ «Укрпошта» необхідно проводити стратегічні заходи, необхідні для реформування та перетворення АТ «Укрпошти» на сучасну клієнтоорієнтовану сервісну компанію.

Стратегічні задачі АТ «Укрпошта» для створення сучасної клієнт-орієнтованої сервісної компанії АТ «Укрпошта» [1]:

1. Розвиток поштових послуг:

– посилюючий продукт для eCommerce. Запуск комплексного (логістика, ІТ, фінанси, маркетинг) рішення по запуску продукту для сегмента eCommerce – запуск послуг Укрпошта Експрес, Укрпошта Стандарт, Smart Vox;

– перегляд продуктової лінійки. Розробка системи утворення тарифів на основні та додаткові продукти, яка відповідатиме конкурентним вимогам ринку та враховуватиме тарифні зони, рівень сервісу, об'ємну вагу, категоризацію, оптимізацію додаткових послуг тощо.

2. Розвиток фінансових послуг:

– оператор платежів;

– кредитування населення;

– запуск «Поштових рахунків».

3. Розвиток торгівлі:

– систематизація та стандартизація бізнес-процесів по напрямку торгівлі;

– відкриття нових каналів збуту;

– оптимізація управління ланцюгом поставок;

– роздрібна торгівля;

– перехід до прямої співпраці з національними виробниками та лідерами продажу.

4. Розвиток мережі:

– «Чергам – ні!»;

– відділення нового зразку.

5. Розвиток операцій та оптимізація виробничих процесів:

– логістична мережа;

– створення ЦСС (центральної сортувальної станції) для міжнародного обміну;

– трансформація дирекцій;

– розвиток та оновлення транспорту та інфраструктури;

– комп'ютеризація;

– сервісно-орієнтоване ІТ;

– PostID.

6. Розвиток персоналу:

– відрядна оплата праці;

– централізація кадрових функцій.

Місією АТ «Укрпошта» повинна стати створення сучасної клієнт-орієнтованої сервісної компанії.

В процесі реалізації стратегії три групи основних зацікавлених осіб отримають наступне:

– клієнти отримають якісніше обслуговування без черг та доступ до ширшого обсягу фінансових послуг. строки доставки кореспонденції, посилок та нових поштових продуктів скоротяться. у ключових сегментах клієнти отримують найкраще співвідношення ціна-якість;

– співробітники матимуть більше можливостей для росту при вищій середній зарплаті та кращих умовах праці. справедлива система мотивації залежатиме від індивідуальних результатів кожного;

– державі, реалізація стратегії принесе інвестиції в сучасну логістичну інфраструктуру в країні, стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, зниження рівня готівкового обігу в економіці та покращення якості життя в невеликих населених пунктах та селах.

**Список літератури**

1. Стратегічний план розвитку «Укрпошта» до 2020 року. Київ, 2016. 83 с. URL: <http://mtu.gov.ua/filesСтратегічний%20план%20Наказ%20190.pdf>.

УДК 339.14

**Файвішенко Д. С.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри журналістики та реклами,  
Київський національний торговельно-економічний університет

## **ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ**

Сьогодні в умовах високої конкуренції, забезпеченість підприємств з виробництва мінеральної води фінансовими ресурсами та оптимальний вибір стратегії управління брендами стоїть дуже гостро.

Основні пріоритети фінансування розвитку бренду на ринку можна представити наступним чином:

– акцент на удосконалення методології щодо розробки, оцінки та відбору інвестиційних проектів, а також визначення основних принципів з боку державного інвестування для реалізації проектів, які потребують державної фінансової підтримки;

– розробка чітких критеріїв відбору проектів, які потребують державного інвестування або державної фінансової підтримки;

– державна фінансова підтримка інвестиційних проектів підприємств, діяльність яких спрямована на розвиток експортоорієнтованого та імпортозамінного виробництва, високотехнологічної конкурентоспроможної продукції;

– фінансування інноваційного процесу через розвиток та підтримку бренду через створення умов забезпечення фінансових ресурсів в інноваційну сферу, реалізуючи спеціальній режим економічного функціонування підприємства з виробництва мінеральної води, що впроваджують інноваційні проекти;

– використання внутрішніх фінансових ресурсів підприємств з виробництва мінеральної води.

Напрями та перспективи створення умов для розвитку інноваційної інфраструктури полягають у наступному:

– забезпечення розвитку нових елементів інноваційної інфраструктури (інноваційних центрів, інноваційних бізнес-інкубаторів щодо розробки інноваційних продуктів на ринку мінеральної води);

– залучення фахівців;

– ріст рівня інноваційної активності підприємств;

– економічний аналіз діяльності підприємства, формування інформаційно-аналітичної бази для створення вдалого бренду;

– рівень інноваційної активності підприємств на ринку мінеральної води;

– інвестиції для реалізації інноваційної продукції.

Удосконалення організації управління фінансовими ресурсами підприємств з виробництва мінеральної води необхідно розглядати як один з головних факторів підвищення ефективності їх формування та використання. Це забезпечить високий рівень планування фінансових ресурсів, прийняття оптимальних рішень з врахуванням їх економічного та соціального ефекту, покращення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, стабільне функціонування та динамічний розвиток, своєчасне реагування на зміни та втримання своїх конкурентних позицій.

Перспективами подальшого розвитку, теоретичного узагальнення й методичного обґрунтування є удосконалення інструментарію використання власних коштів підприємств з виробництва мінеральної води і банківських кредитів на інвестиційні цілі, формування більш сприятливого інституційного середовища кредитування підприємств з виробництва мінеральної води.

### **Список літератури**

1. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку інвестиційної діяльності. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/list/15>.

2. Трушкіна Н. В. Інноваційна інфраструктура як інституція організаційного забезпечення модернізації вугільної промисловості. *Економіка, управління, фінанси: теорія та практика*. 2014. С. 84 – 87.

3. Узагальнені звіти про стан виконання регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/list/15>.

4. Управління фінансовими ресурсам підприємства. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_2\\_014.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_2_014.pdf).

**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ ТА ПРАВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної  
науково-практичної конференції  
частина 4  
(3 жовтня 2019 р.)**

Українською та російською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 01.09.2019 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 5,1

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 8287

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

**Всі права захищені.**

**Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.**

**Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.**



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

